

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA UNIDAD IZTAPALAPA

CSH

ESCOBEDO MUÑOZ MIRIAM

CARRERA: CIENCIA POLITICA

MATRICULA: 91233648

TESINA

LA CAMPAÑA PRESIDENCIAL DEL PT, 1994

ASESOR: Dr. RICARDO ESPINOZA TOLEDO

23 de Julio de 1996.

INTRODUCCION:

LA PARTICIPACION DEL PT EN LAS ELECCIONES FEDERALES, 1994

Las elecciones federales de 1994 fueron especiales en la vida política del país, por varios motivos:

México se encontraba en un momento coyuntural sumamente delicado y angustioso, pues el conflicto armado en Chiapas y los posteriores magnicidios - primero el de Luis Donaldo Colosio y posteriormente el de Francisco Ruiz Massieu, entre otros- parecían dirigir el rumbo del país hacia el desastre político, económico y social.

La sola existencia del movimiento chiapaneco puso en duda, una vez más,^{*} la legitimidad del Presidente en turno Carlos Salinas de Gortari y, del mismo sistema político mexicano, el cual incluso se percibió como en descomposición. Así pues, había que tomar algunas medidas inmediatas.

Una tarea esencial y un compromiso era avanzar en la democratización. Se necesitaba un proceso electoral transparente y legítimo para amortiguar los golpes que sufría el sistema. Así pues, las elecciones del 21 de agosto tenían asignada esa tarea.

En general, podemos referirnos a esas elecciones como unas de las más inciertas y competidas en la historia electoral del país. Durante el transcurso de la época electoral, se notó, claramente, una presencia más amplia e interesada de los ciudadanos y de los partidos políticos. Ambos tomaron su papel: los ciudadanos se informaban y participaban de las decisiones políticas, y se manifestaban

^{*} Decir que puso en duda, una vez más, la legitimidad de Presidente Carlos Salinas de Gortari, hace referencia al inicio de su mandato político, en el que no contaba con el consenso de la población para desempeñar tal cargo, pues las elecciones de 1988 habían augurado el triunfo electoral del cardenismo.

abiertamente en actos públicos; los partidos políticos trataron de aprovechar el momento coyuntural del país e iniciaron una ardua participación en el proceso electoral.

Así, podemos afirmar que las elecciones federales fueron esperadas con especial ímpetu tanto por los ciudadanos, como por los partidos políticos, ya que más que la suerte de los partidos, se encontraba en juego el destino del país.

Los problemas del país realmente preocuparon y despertaron interés en el electorado mexicano; prueba de ello es la alta participación ciudadana. De las elecciones, podemos referirnos a la presidencial como la más destacada. Las campañas electorales de los 9 partidos políticos fueron muy intensas e, incluso, positivamente sorprendidas, como la del Partido del Trabajo (PT).

Bajo el título "La Campaña Presidencial del PT, 1994," esta tesina estudiará la campaña de Cecilia Soto González, candidata presidencial del Partido del Trabajo.

La Hipótesis General es la siguiente: La campaña presidencial del PT en 1994, se distingue de las de los otros partidos políticos: en breve tiempo el Partido del Trabajo, representado por Cecilia Soto González, logró una importancia nada despreciable gracias a las cualidades de la candidata y al buen desarrollo y funcionamiento de la campaña. El PT presentó una campaña novedosa y adquirió una posición política privilegiada que no consiguió en 1991.

Sobre la campaña¹ presidencial del PT podemos afirmar que se trató de una empresa exitosa, pues considerando que era un partido totalmente nuevo en la escena política y electoral, captó un alto número de votos ciudadanos.

¹"Se denomina campaña electoral al período destinado a la realización de la propaganda electoral. Se entiende como tal al conjunto de actividades lícitas llevadas a cabo por los partidos, alianzas de partidos y agrupaciones de electores con el propósito de hacer conocer y explicar sus principios ideológicos y programas de gobierno así como promover los candidatos que han postulado a los distintos cargos electivos con la finalidad de captar las preferencias de los electores". Diccionario Electoral, Centro Interamericano de Asesoría y Promoción Electoral; CAPEL, Costa Rica, 1989, p. 73.

El Partido del Trabajo surgió en 1990 y perdió su registro condicionado en las elecciones para senadores y diputados en 1991. Si ya tenía un fracaso electoral, ¿qué hizo posible, en 1994, la obtención del 2.74 por ciento de la votación? La respuesta desde nuestro punto de vista, está en el buen desempeño de la campaña presidencial.

Por ser un partido de reciente creación y con el éxito en puerta, el PT y su campaña electoral es un tema digno de estudiar.

El Objetivo es demostrar la importancia y el éxito de la campaña presidencial del PT en los comicios federales de 1994. La campaña electoral involucra numerosos aspectos y problemas que bien merecen ser estudiados e investigados, pero en este trabajo no podemos abarcarlos todos; se decidió tomar únicamente cuatro temas fundamentales para comprobar la hipótesis de la Tesina, repartidos en los siguientes capítulos:

I El PT, un partido para las elecciones.

II La selección del candidato.

III El programa presidencial, 1994-2000.

IV La campaña y sus recursos.

Cada uno de estos se divide, a su vez, en diferentes apartados:

CAPITULO I EI PT, UN PARTIDO PARA LAS ELECCIONES

1.1 Primera Etapa, El Surgimiento de una Lucha;

1.2 Segunda Etapa, La Unificación de Grupos Maoístas y

1.3 Tercera Etapa, La Institucionalización del Partido.

CAPITULO II LA SELECCION DE CANDIDATO

- 2.1 Cecilia Soto, Candidata Presidencial del PT, 1994;
- 2.2 La Toma de Protesta y
- 2.3 Lo que Esperaba el PT de Cecilia Soto

CAPITULO III EL PROGRAMA PRESIDENCIAL, 1994-2000

- 3.1 Ambito Político e Institucional;
- 3.2 Economía;
- 3.3 Ambito Social;
- 3.4 Medio Ambiente y Calidad de Vida;
- 3.5 Educación y Cultura; y
- 3.6 México y el Mundo.

CAPITULO IV LA CAMPAÑA Y SUS RECURSOS

- 4.1 La Dirección de la Campaña;
- 4.2 La Imagen del Candidato y
- 4.3 El Financiamiento.

CAPITULO I

EL PT, UN PARTIDO PARA LAS ELECCIONES

INTRODUCCION

El presente capítulo tiene como tarea describir los orígenes y la formación del Partido del Trabajo. El objetivo es demostrar que el PT es un partido nuevo en el terreno electoral, pero viejo en la lucha política y social. Con el análisis de los antecedentes de este partido, se pretende llegar a una explicación que nos permita, de algún modo, entender el éxito inesperado del mismo en las elecciones presidenciales de 1994. Este se dividió en tres apartados:

- 1.1 Primera Etapa, El Surgimiento de una Lucha;
- 1.2 Segunda Etapa, La Unificación de Grupos Maoístas y
- 1.3 Tercera Etapa, La Institucionalización del Partido.

En este se ofrece una breve reseña de los antecedentes de la organización política más joven del país. De manera sintética se exponen las influencias y las ideas principales de algunos líderes del PT.¹

El Partido del Trabajo apareció formalmente en 1991 con registro condicionado, para contender en las elecciones para senadores y diputados federales. El registro definitivo se le otorgó el 13 de enero de 1993.² Sin embargo, el PT no es un partido carente de raíces históricas: lleva por lo menos 25 años de

¹ Es necesario mencionar que el grueso de los datos de este capítulo se obtuvieron en entrevistas realizadas a personalidades importantes del PT.

² Unomásuno, 23 de diciembre de 1993.

lucha, con dirigentes que surgieron en 1968 y “gente que despertó a la política al luchar por lo indispensable”.³ Estos motivos justifican una revisión del comienzo de lucha de los dirigentes del PT, para así descubrir su historia y entender lo qué es ahora este partido.

Algunos de los que formaron el PT, Vicente Estrada Vega y Francisco González, en su etapa de estudiantes participaron en el movimiento ferrocarrilero (1959-1960), en el estudiantil (1968) y en el magisterial. En ese tiempo pertenecían al Partido Comunista Mexicano (PCM) o sencillamente, simpatizaban con él. Luego de una escisión, surgió el grupo llamado Liga Leninista Espartaco, que, a la vez, dio inicio al Comité del D.F., del PCM. “¡Ahí se encuentran las raíces más profundas del Partido del Trabajo!”.⁴ En ese tiempo los líderes del PT, consideraban que el país no contaba con opciones partidarias capaces de sacar adelante la lucha proletaria. Para ellos, el PCM era un partido incapaz de ponerse a la vanguardia de la lucha. Por este motivo era necesario construir otro de carácter marxista-leninista y, consecuentemente, revolucionario. Pero, dadas las condiciones políticas del país, tendría que ser un partido clandestino. Es importante señalar que se trataba de un grupo de jóvenes “antielectoreros”, es decir, que no contemplaban la lucha electoral como un medio para lograr sus fines. A continuación presentamos el desarrollo de la primera etapa, que se refiere a los antecedentes más remotos del PT.

³ Revueltas, órgano teórico del PT, noviembre 1993/abril 1994, p. 4.

⁴ Entrevista, Vicente Estrada Vega, Representante Propietario del PT ante el Consejo General del IFE, 5 de septiembre de 1995.

1.1 PRIMERA ETAPA, EL SURGIMIENTO DE UNA LUCHA

Esta primera etapa se refiere a los antecedentes más remotos del PT, ubicados a finales de 1959 y principios de 1960. Observamos que numerosos dirigentes y organizaciones sociales del partido, tienen una lucha social y política que data desde la década de los sesenta. Vemos que, desde su origen en la escena pública, los ahora líderes petistas fueron individuos con orientaciones socialistas, de corte marxista leninista primero y, posteriormente, maoístas. El impacto que tuvo en ellos el movimiento estudiantil de 1968 fue muy importante, decisivo y fundamental en sus vidas. La característica básica de estos grupos fue la de ser antielectorales; los motivos de ello serán esbozados en el desarrollo del presente apartado. También se explican las causas por las cuales decidieron seguir la línea teórica del maoísmo. Por último abordaremos el movimiento social de Chihuahua surgido en 1968.

Puede afirmarse, por un lado, que los miembros de los que hablamos nacieron como corriente ideológica a la luz de las discrepancias del Movimiento Comunista Internacional y gracias al debate sobre la inexistencia del partido proletario de la clase obrera en México. Esos motivos los empezaron a ubicar como corriente ideológica. Por otro lado, lo que sucedía en el ámbito internacional también los ubicaba y los definía, ya que en la Unión Soviética, después de la muerte de Lenin y de los errores de Stalin, operaba un sistema contrario al de China (con el mundo maoísta) por el que sentían admiración y simpatía. Entre los líderes petistas pertenecientes a esta caracterización se encuentran, el Prof. Vicente Estrada Vega y el Arq. Francisco González Gómez.

Las agrupaciones a las que pertenecían algunas figuras importantes del PT, del D.F. eran intelectuales desligados del pueblo. Empero, un acontecimiento hizo girar esa posición: el movimiento estudiantil de 1968. A partir de ese entonces, las actitudes de esos jóvenes se transformaron: algunos se decidieron por el camino de la lucha armada y otros se volcaron a realizar trabajo en las colonias, barrios, etc. Estos se desarrollaron, sobre todo, en el aspecto de la lucha de masas, influenciados por los acontecimientos de China.

Para estos líderes, el ascenso del movimiento estudiantil era evidente; las muestras de ello se encontraban en los movimientos estudiantiles de Morelia y Hermosillo junto con los acontecimientos de Francia, de mayo de 1968. Estos motivos les hicieron creer que el auge del movimiento popular estaba en la puerta. Sin embargo, esto no fue así.

“Pese a que no participamos directamente en el movimiento, porque ya no éramos estudiantes, sí participamos en muchas cuestiones relacionadas con él. La Liga Comunista Espartaco, tuvo una actividad intensa, sobre todo en darle una orientación al movimiento, organizar las brigadas y los comités de lucha. Nos preocupamos por elevar la participación de la base en distintos lugares. Se buscaba orientar al movimiento y darle una respuesta a las distintas maniobras del gobierno”.⁵

Los resultados de los acontecimientos de 1968 fueron, para los mandatarios del PT, la pauta para iniciar a luchar por causas sociales y políticas más justas, para

⁵ Entrevista, Francisco González, Representante Propietario del PT ante la Asamblea de Representantes del D.F., 4 de enero de 1996.

algunos y, para los que ya se encontraban luchando desembocaron en la reafirmación de su lucha contra el régimen gubernamental.

La vinculación con las masas y con la comunidad se inició después del movimiento estudiantil de 1968, una vez que observaron que la Liga Comunista Espartaco no había sido capaz de responder a los retos que se le presentaron. Es en este momento cuando llegan a una conclusión, la de vincularse con las masas y desarrollar un trabajo político en ellas.⁶ Entonces, Vicente Estrada Vega se fue a Morelos y se integró a un grupo jaramillista, y Francisco González Gómez se insertó al movimiento popular sindical del Distrito Federal.

Por otro lado, en el norte del país se encontraban grupos y posteriormente organizaciones sociales, en las que destacaban, como dirigentes de éstas, Alberto Anaya Gutiérrez, Alfonso Primitivo Ríos, Alejandro González Yáñez, Marcos Cruz Martínez y Gerardo Acosta Zavala, quienes también estaban fuertemente influenciados por los acontecimientos políticos y sociales del país y, del extranjero; a nivel nacional, por el movimiento estudiantil de 1968, el régimen autoritario del país y las carencias socioeconómicas de la población; a nivel internacional, por la Guerra Fría, la Guerra de Vietnam, la protesta de los jóvenes franceses en las batallas de 1968, la Revolución Cubana y la Revolución Cultural de China. Estos líderes sociales se encontraban en Durango, Zacatecas, Tamaulipas y Nuevo León. Eran estudiantes y posteriormente desarrollaron un trabajo urbano popular en las colonias y en los barrios dentro de organizaciones sociales de masas.

⁶ Idem.

El carácter de las organizaciones era antielectoral, se oponían a la participación en las elecciones por considerar que éstas sólo eran un medio burgués.⁷ Participar en esa lucha era seguirle el juego a la burguesía. El proceso electoral, en sí, y sus resultados, no solucionaban los problemas de la comunidad; a su entender era un sistema político fraudulento, que no permitía la alternancia en el poder.

Los líderes de las organizaciones acordaron seguir la línea maoísta, según declaró Francisco González, por las siguientes razones: “primero, porque en el caso de un país atrasado, como México, con una estructura de clases no plenamente desarrollada, con un amplio sector campesino y un proletariado políticamente débil, era muy atractiva la visión maoísta; segundo, porque esta visión se presentaba y se sigue presentando, como la más cabal y completa del proceso revolucionario, que intenta dar algunas respuestas a las contradicciones que se van originando en el proceso y en la construcción del socialismo; tercero, Mao Tse Tung era visto como un crítico parcial de la política burocrática soviética; y cuarto, México no tenía ningún tipo de dependencia con la Unión Soviética; entonces podíamos hacer una crítica libre sin vernos afectados por ello”.

⁷ Es importante señalar que el Arq. Francisco González Gómez no estaba en contra de la participación electoral, es decir nunca desechó este medio para lograr sus objetivos, como lo hicieron la mayoría de los líderes petistas. “En mi caso yo nunca fui antielectorero empedernido, nunca creí que se pudiera estar al margen de esta cuestión, tan es así que en 1983, impulsé el primer proceso de participación electoral en la Coordinadora Línea de Masas y en la OIR”.

La forma de lucha era social y directa, integrados a las comunidades y apoyados en la movilización.⁸ En ese tiempo sus demandas eran, básicamente, instalación de luz y agua, vivienda en la ciudad y tierra en el campo.

Movimiento social de Chihuahua. En 1965, la efervescencia política en Chihuahua -según relata Miguel Bess-Oberto- apuntaba al movimiento armado y a crear condiciones sociales para un gran cambio social, un cambio de estructura. La actividad social que de alguna manera pretendía vincularse o buscar puntos en común con la lucha armada, se empezó a desarrollar a nivel de colonos, en particular con el "Movimiento Inquilinario", integrado por personas sin vivienda propia. En 1968 surgió como movimiento social. Invaden y forman un predio muy grande, conocido actualmente como colonia "Francisco Villa";* fueron reprimidos repetidamente por el Estado, pero finalmente se les reconoció su derecho a poseer un pedazo de tierra. Posteriormente, en el período que va de 1968-1972, se dan una serie de movimientos armados en Chihuahua. A partir de 1972 se observó un cambio de esquema (por otras circunstancias o experiencias dadas a nivel nacional): el movimiento armado se fue transformando en acciones urbanas. A principios de 1972 se conformó un frente amplio que se denominó, en ese momento, Defensa Popular; lo integraban personas de la colonia "Francisco Villa", los ferrocarrileros, los estudiantes de la Universidad de Chihuahua, los acereros, el grupo "El Martillo" y

⁸ Entrevista, Gerardo Acosta Zavala, Comisionado Político del PT en Tamaulipas y Alejandro González Yáñez, Miembro de la Comisión Política Nacional del PT, 16 de diciembre de 1996.

* Al parecer esta fue la primera experiencia de toma de predios urbanos; fue encabezada por Ruben Aguilar y Adán Sigala.

gente del PC formaron un jurado popular, con el fin de llamar la atención a nivel nacional de lo que estaba ocurriendo en ese estado. El objetivo era detener las muertes en las cárceles y los ajustes de cuentas fuera del proceso legal, y lo consiguieron; a partir de ese momento, el frente adoptó el nombre "Comité de Defensa Popular (CDP)".

En Chihuahua se trabajó con una estructura muy simple: primero se organizaba a la gente por manzana y luego por colonia, esto es, a nivel de "celulitas"; era una estructura de "abajo hacia arriba" que funcionó en ese estado. Luego se proyectó en Durango, con la toma del Cerro del Mercado, posteriormente en Nuevo León y, en tercer lugar, en Zacatecas. Hasta aquí llega la descripción de los primeros antecedentes del partido; ahora pasamos al desarrollo de la segunda etapa, ubicada en los setenta y en los ochenta.

1.2 SEGUNDA ETAPA, LA UNIFICACIÓN DE GRUPOS MAOÍSTAS

La segunda etapa, la Unificación de Grupos Maoístas, se caracteriza por el acercamiento de organizaciones sociales con tendencias maoístas, en el decenio de 1970. Vemos que en esta época se inició el acercamiento de grupos y organizaciones sociales que posteriormente dieron vida al Partido del Trabajo. En el desarrollo de este apartado se observa el motivo por el que dejaron de ser antielectoreros en la década de los ochenta y, conocemos su primera participación electoral, como antecedente inmediato del PT.

Las organizaciones sociales iniciaron estableciendo vínculos entre si para intercambiar opiniones y experiencias afines. Lo que planeaban era un acercamiento, conocerse, unirse y por último, formar una entidad más grande. Con el adosamiento se logró una comunicación y una participación más estrecha, que posteriormente desembocó en la idea de formar un partido político para satisfacer sus expectativas. Esta etapa nos ubica en el antecedente inmediato a la formación del PT. En ella se describen los motivos y los sucesos fundamentales que condujeron a la creación de esta institución política.

En la década de los setenta, los grupos del centro del país se fusionaron con los del norte, para dar paso a organizaciones sociales más importantes y más grandes que las otras a las que pertenecían. Para ese tiempo, los individuos de los que hablamos ya habían adoptado la visión maoísta, por considerar que el marxismo no satisfacía los requerimientos de la sociedad mexicana. En cambio, bajo su óptica, el maoísmo se adaptaba más a la realidad del país.

Hacia los años de 1976-1977 éstos grupos empezaron a establecer relaciones esporádicas y posteriormente más firmes con grupos maoístas de Durango, Nuevo León y Zacatecas; primero, para dar paso a la formación de la Coordinadora Línea de Masas y después a la Organización de Izquierda Revolucionaria Línea de Masas (OIRLM).⁹

⁹ Entrevista, Alfonso Primitivo Ríos, Coordinador de la Fracción Parlamentaria del PT en la Cámara de Diputados, 14 de febrero de 1996.

Al cabo de los años, los grupos de los que hemos venido hablando, dejaron de ser anti-elecciones. Las organizaciones sociales comenzaron a quedar solas, motivo por el cual sus líderes decidieron tomar medidas ante ese serio y nuevo problema. Iniciaron realizando reuniones con organizaciones de diferentes estados del norte del país y se empezó a discutir la necesidad de participar en elecciones. Inicialmente se acordó participar en ellas con registros prestados, principalmente del PRT. Esto no significaba que simpatizaran con el troskismo, línea teórica de ese partido, sólo lo contemplaban como un medio para participar y presentar su lucha de manera legal.

A partir de ese momento, concibieron la lucha electoral y la idea de dar la batalla al gobierno en las urnas. De ese modo, su lucha dejó de recibir el calificativo de ilegal y sus miembros dejaron de recibir el calificativo de "no ciudadanos" o "vándalos", como se les consideraba por no votar y por ejecutar maniobras, como la toma de predios. El proceso electoral lo preparaban de manera rápida, buscando candidatos idóneos y realizando sus campañas.

"Hasta el año de 1985 nosotros estábamos en contra de participar electoralmente. La primera intervención electoral del antecedente del Partido del Trabajo, fue en Durango, en 1986, en ella se logró un éxito relativo que nos permitió entender que sí era posible la participación electoral generando resultados favorables para la comunidad. De ahí que ahora el partido tenga marcadas dos líneas de acción y de servicio: la lucha popular y ordinaria basada en la gestión y en

la autogestión; y la participación político electoral disputando el aparato del poder público para colocarlo al servicio de la sociedad".¹⁰

A partir de ese momento, la participación en las elecciones representó una oportunidad para disputarle a otras propuestas políticas, y, sobre todo, al Partido Revolucionario Institucional (PRI), la administración del poder público y la posibilidad de lograr el bien común.

En la década de los ochenta, las organizaciones sociales discutían dos vías para participar electoralmente. La primera opción era continuar con registros prestados; la segunda alternativa era crear un partido político propio.

La primera vía proponía buscar un partido, proponerle que pusiera su registro a disposición de los grupos sociales; al respecto manifestaron que en el caso de que se formara un gran frente o federación, deberían aprender a convivir y coexistir al interior de él y éste las respetara como organizaciones. Esta propuesta no fue aceptada por el PRT, y, posteriormente, en ese año (1988), este partido perdió su registro.

La segunda vía fue crear un partido. La proposición fue que las organizaciones sociales, que ya se conocían, se congregaran y aprendieran a convivir respetándose como grupos. Finalmente triunfó esta opción.

Así pues, la fecha clave para el Partido del Trabajo fueron las elecciones de 1988. Esta fue una fecha importante, porque a partir de ahí decidieron participar, en serio, en comicios federales. En 1986 en Durango, participaron electoralmente. Sin

¹⁰ Entrevista, Alejandro, Op. cit.

embargo, el proceso electoral de 1988, hizo que se decidieran a formar un gran frente o un partido de carácter nacional al ver la elevada participación de los electores. Mientras las organizaciones sociales andaban en movilizaciones y plantones, la gente se volcó a las urnas al margen de la dirección de los partidos. Los ciudadanos no le pidieron permiso a sus organizaciones para votar; estos hechos llevaron a los dirigentes a reflexionar sobre ese problema y sus posibles ventajas y, así, se fueron convenciendo de la necesidad de formar un partido.

Dirigentes actuales del PT, líderes de organizaciones sociales, observaron que los ciudadanos querían participar y que los partidos políticos estaban haciendo una serie de manipulaciones con las masas. Los partidos acudían a ellos para lanzarlos como diputados y obtener así votos, sin embargo sólo actuaban en campañas y eso no satisfacía a sus seguidores. De ese modo, decidieron formar un partido que agrupara a las capas más amplias y necesitadas de la sociedad, trabajar con ellas en tiempos de campaña y fuera de ellas.

En 1990 las organizaciones sociales aceptaron que los ciudadanos querían participar electoralmente, y decidieron que la forma principal de lucha para resolver sus problemas y necesidades sería la vía electoral; entonces se resolvieron en favor la fundación de un nuevo partido, última etapa de los orígenes del PT, que a continuación presentamos.

1.3 TERCERA ETAPA, LA INSTITUCIONALIZACIÓN DEL PARTIDO

La institucionalización hace referencia a la redacción de los documentos básicos del PT (Declaración de Pincipios, Programa de Acción y Estatutos). Se anotan las organizaciones sociales y los sectores principales que acompañaron al partido cuando nació, y se detalla su la línea política.

Así se llegó a la tercera etapa, la cual es resultado de las dos anteriores. Esta es la más importante del partido por tres razones: primero, porque en 1990 instituyeron su partido político; segundo, en 1991 el partido perdió el registro condicionado; tercero, en 1993 inició un nuevo ciclo y lograron obtener el registro definitivo a través de la realización de 18 asambleas en el país. Inmediatamente después, los dirigentes pensaron en las próximas elecciones federales de 1994 y por añadidura, en los candidatos que deberían representarlos. Es necesario resaltar que éstas elecciones han significado el mayor triunfo político y electoral del Partido del Trabajo, pues gracias a ellas disfrutan, hoy de la cuarta posición política.

La Fundación se refiere al acto en que surgió formalmente el Partido del Trabajo. El 8 y 9 de diciembre de 1990 se realizó el Congreso Constitutivo del Partido del Trabajo con sesiones plenarias en el cine Opera y en el Deportivo Plan Sexenal. A sus mesas de trabajo asistieron representantes de 20 estados de la República, que acreditaron el siguiente número de delegados:

Estado de Durango 750, Estado de Chihuahua 520, Estado de Nuevo León 320, Estado de Veracruz 160, Estado de Querétaro 50, Estado de Zacatecas 210, Estado de Puebla 20, Estado de México 150, Estado de Sinaloa 50, Estado de

Coahuila 40, Estado de Guerrero 40, Estado de Michoacán 4, Estado de Chiapas 4, Estado de Baja California Norte 100, Estado de Tamaulipas 110, Estado de Nayarit 40, Estado de Jalisco 5, Estado de San Luis Potosí 10, Distrito Federal 200 y Estado de Guanajuato 180.¹¹

Como se puede apreciar, las bases más grandes y principales del partido se encuentran, desde el inicio, en el norte del país y en menor escala, en el centro. La presencia de los estados sureños es muy pobre.

Durante el Congreso se definieron los Principios, el Programa de Acción y los Estatutos del partido.

En la Declaración de Principios, destacan los siguientes puntos:

I. Realidad Nacional. Aquí se aborda la situación política, económica y social. El PT define al Estado capitalista como el causante del subdesarrollo y de la dependencia económica del país, de la pobreza de los trabajadores mexicanos y de las prácticas autoritarias y corruptas de los servidores públicos. Pone en evidencia la existencia de una clase dominante que dirige el crecimiento del país y, que por lo tanto, explota a la clase trabajadora.

II. La "Línea de masas" es una propuesta, para colocar a las clases populares en primer plano e invertir el papel protagónico de la clase poseedora.

III. Poder popular. El PT pretende que las masas ejerciten el poder, para que sean el pilar fundamental sobre el que se mejoren las condiciones de vida. Los petistas proponen eliminar la propiedad privada y luchar por la propiedad social.

¹¹ Congreso Constitutivo del PT, 1990, p. 2.

IV. Soberanía nacional. Toman el principio fundamental de la Constitución mexicana: “La soberanía nacional reside esencial y originalmente en el pueblo”, por tanto éste puede alterar, en todo momento, su forma de gobierno.

V. Partido. Su proyecto es la realización de un socialismo autogestionario, pero a largo plazo. El partido se define como un instrumento al servicio de las comunidades y de las organizaciones sociales. Tiene un carácter nacional, de destacamentos, federado y frentista. Desarrolla el principio del internacionalismo proletario.

VI. Del estado social de derecho, declara que existen leyes que permiten la represión y explotación del pueblo, sin embargo no señala cuáles son. Propone que se ejerzan las leyes tal como lo indica la Carta Magna.

Del Programa de Acción, cabe mencionar lo siguiente:

VII. Objetivos Sociales. Definen su lucha como legal al defender los derechos y el bienestar de las “masas” contra el Estado capitalista mexicano. Los motivos de lucha son el control de los medios de producción y la participación masiva en las grandes decisiones sociales.

En síntesis, el partido lucha a través de las organizaciones sociales, por obtener el poder y dárselo a las masas.

VIII. En lo que se refiere a la estrategia y táctica, propone colocar al bloque de las masas populares como actores principales que destruyan a la clase explotadora. El medio que ubican es la acción colectiva y organizada en todos los terrenos: político, económico, ideológico y cultural.

IX. Políticas. Manifiestan su deseo por establecer políticas tendientes a erradicar el presidencialismo, el autoritarismo, el corporativismo, la corrupción, el imperialismo y los monopolios. Prometen actuar en favor de la regularización de la propiedad de la tierra urbana y del mejoramiento del nivel productivo. Prometen buscar una política que resuelva el problema de la contaminación y de la educación.

En sus Estatutos, el PT se define como un partido nacional, del pueblo, independiente, democrático, antiimperialista, popular, tolerante y plural. Su modelo organizativo es la democracia centralizada que implica la subordinación de la minoría. En él existe la libertad de pensamiento y de opinión que originan corrientes; éstas son toleradas siempre y cuando se sujeten a las normas establecidas.

En cuanto a sus Instancias de Dirección, plasmadas en ese mismo documento, el art. 30 establece que son:

I) NACIONALES

- a) Congreso Nacional
- b) Asamblea Nacional de Representantes
- c) Consejo Coordinador Nacional
- d) Comisión Política Nacional

II) ESTATALES

- e) Congreso Estatal
- f) Asamblea Estatal de Representantes
- g) Comisión Política Estatal
- h) Comisión Política Municipal

i) Consejos Municipales

El PT inició, fundamentalmente, con lo que se ha denominado sectores urbano populares, es decir con las colonias habitacionales pobres, ubicadas en los cinturones de las ciudades; sobre todo con sectores plurales de las capas más humildes de la sociedad. Empero, hoy se puede hablar de un partido popular de clases medias, con una intensa participación de profesionistas: maestros, doctores y, medianos y pequeños empresarios.

Al PT lo integraron 22 organizaciones y una extensa experiencia de lucha; las principales son las siguientes: Coordinadora Nacional Plan de Ayala (CNPA), Unión Nacional de Organizaciones Regionales Campesinas Autónomas (UNORCA), Coordinadora Nacional del Movimiento Urbano Popular (CONAMUP), Comités de Defensa Popular de Chihuahua y Durango (CDP), Frente Popular de Zacatecas, Frente Popular "Tierra y Libertad" de Monterrey, y una parte de la Coordinadora Nacional de Trabajadores de la Educación (CNTE).

"Así pues, la conformación del Partido del Trabajo aparece como el espacio indicado, desde la izquierda socialista, para sintetizar las experiencias y definir nuevas tácticas de lucha política, que permitan abordar y bordar la realidad en un sentido organizativo y liberador para el mundo del trabajo. Por esto, la profundización de la democracia y la recuperación de los niveles de vida, aparecen como los objetivos inmediatos para sentar las bases materiales de la necesaria transformación de México. Luchamos, por tanto, por una sociedad socialista plural, democrática y humana; radicalmente diferente a la que existe en algunos países que han

distorsionado la construcción socialista, donde priva una organización del trabajo opresiva y burocrática y los productores están al margen de la toma de decisiones, donde la estratificación social perdura en lugar de extinguirse y el Estado en lugar de incorporar a las masas a la gestión de sus asuntos, se ha convertido en una máquina cada vez más opresiva, centralista y totalizadora".¹²

En 1991 el PT logró el registro condicionado. Participó por primera vez en elecciones, pero sólo consiguió 270 mil votos, por lo que no acreditó el 1.5 por ciento para conservar su registro. A partir de ese fracaso se tomaron una serie de medidas colectivas, con miras a obtener el registro definitivo.

En noviembre de 1992 se realizó el Primer Consejo Político Nacional. En él se definieron las directrices para mejorar la estructura y la organización partidaria. El 13 de enero de 1993 el PT logró su registro definitivo. Este lo consiguió a través de la realización de Asambleas Estatales en más de la mitad de las entidades federativas del país; realizó 19 de las cuales le valieron 18. A finales de 1993, entre octubre y noviembre, se empezaron a considerar las candidaturas para las elecciones de 1994, especialmente la presidencial. En 1994 el PT participó por primera vez en comicios presidenciales, enarbolando la bandera de centro-izquierda y la lucha contra el PRI y el PAN.

Los afluentes ideológicos del partido son: Carlos Marx, Federico Engels, Mao Tse Tung, Lois Althusser, Ho Chi Ming, Charles Bettelheim y Martha Harnecker.¹³

¹² Congreso, Op. cit, p. 3.

¹³ Entrevista, Alejandro, Op. cit.

La línea política del PT es el socialismo. Desde el inicio se observa una línea de corte socialista, pensando en la teoría que pregonaba Mao Tse Tung. Antes de ser un partido político, los miembros de las organizaciones sociales que hoy lo conforman, se mantuvieron en los parámetros de la izquierda, sostenían el socialismo. Hay que precisar que no se trata del socialismo soviético burocrático, sino del socialismo autogestionario chino.

Acordó tomar el socialismo como fin último de su lucha, pero reconoció que las condiciones políticas nacionales, no eran las adecuadas para la conquista del poder por el proletariado y sus aliados, por lo cual en 1994 decidieron tomar la bandera de centro izquierda.

La propuesta del PT es que los hombres se relacionen democráticamente, y de ese modo, contribuyan a la creación de gérmenes de socialismo. Sostienen que es autogestionario, un socialismo que surge de las organizaciones sociales que van desarrollando la autogestión, hasta extenderlo a todos los niveles de la sociedad.

La "línea de masas" representa la vía para transformar a México y piensan lograrlo, en la medida en que toda organización política coloque a las masas, no al Estado, en el puesto de mando de toda acción. De ese modo -dicen- se llegará al ejercicio del poder popular y al socialismo autosustentable, objetivo final de lucha del PT.

Siguiendo la línea de masas, el Partido del Trabajo pretende lograr que el pueblo llegue al poder. La idea básica es escuchar las propuestas y las necesidades de las masas populares tomadas como asambleas, y en base a ello actuar a su

favor. De este modo, se ejercerá una democracia directa y centralizada, principio fundamental declarado del PT.

CONCLUSION

El Partido del Trabajo cuenta con dirigentes que traen consigo una larga trayectoria de lucha. Desde los sesenta hasta estos días, dicen haber luchado teniendo en mente las ideas del mundo socialista; esta concepción los ha guiado desde el inicio de su combate hasta la formación del partido (1990). Dada la mentalidad de los fundadores del PT, de 1960 a 1980 sufrieron la persecución y vivieron en la clandestinidad.

La lucha clandestina terminó por tres razones:

Primero, porque la década de 1980, diferente a la de veinte años atrás, les ofrecía opciones de lucha distintas a las que habían empleado (tomas de predios y tierras, de oficinas gubernamentales, manifestaciones públicas, mítines, etc.) Segundo, el status de "ilegal" ya les había cansado, y Tercero, vieron como la mejor forma de lucha y la más viable para alcanzar sus fines, la vía electoral, la cual no aceptaban al principio, pero el tiempo y el sistema político mexicano les cambió la mentalidad, ya que éste presentaba una apertura, un avance significativo respecto a decenios anteriores.

De ese modo, los que dieron vida al PT empezaron a participar en elecciones, aunque con registros prestados (principalmente al PRT) hasta que decidieron instituir un partido propio. El PT surge como una gran coalición de organizaciones sociales e individuos que defienden los postulados del socialismo chino.

El partido batalló para conseguir su registro definitivo, sin embargo lo logró en 1993. Ello significó y aseguró su participación en las elecciones federales más

inciertas y una de las más competidas en la vida política del país, las del 21 de agosto de 1994.

El Partido del Trabajo logró un éxito nada despreciable en las elecciones presidenciales, tratándose de un partido “nuevo”. Ese resultado lo alcanzó en gran medida, por los 25 años de lucha en el terreno político y al apoyo de sus organizaciones.

Los breves antecedentes del PT dan cuenta de esa lucha y de los frutos que cosechó en 1994, tema que abordaremos en los siguientes capítulos. La trayectoria de lucha es importante, porque de ese modo se comprenden sus experiencias, las cuales brindaron grandes enseñanzas que pusieron en práctica al momento de sacar adelante la campaña de la señora Cecilia Soto.

CAPITULO II

LA SELECCION DEL CANDIDATO

INTRODUCCION

La intención de este capítulo es dar a conocer la forma en que el PT eligió a la señora Cecilia Soto como candidata a la Presidencia de la República. La respuesta a esta incógnita se basa primordialmente en los datos obtenidos en tres entrevistas realizadas a importantes miembros del partido: Rigoberto Lorence, Vicente Estrada Vega y Miguel Bess-Oberto, ellos ofrecen la versión oficial del partido.

En el presente capítulo abordaremos los siguientes temas:

2.1 Cecilia Soto Candidata Presidencial del PT, 1994;

2.2 La Toma de Protesta y

2.3 Lo que Esperaba el PT de Cecilia Soto.

Saber cómo y por qué seleccionaron al candidato presidencial de un partido resulta interesante si consideramos que, en buena parte, de él depende el triunfo o la derrota en las elecciones. Decimos que en buena parte, porque no podemos considerar que sólo de él. Al respecto, podemos decir que existen otros elementos. En el caso del PT el activismo de sus militantes se combinó eficazmente con el financiamiento y, con la buena estrategia de campaña.

Los criterios para elegir a un candidato dependen de varios puntos: carisma, ideología, trayectoria política, intereses de por medio, tradicionalismos o

parentescos. En la vida política de nuestro país hemos visto pasar a candidatos elegidos por algunos de éstos elementos.

El caso del Partido del Trabajo y su selección del candidato presidencial no queda excluido de esos puntos. En el desarrollo de este tema constatamos que lo interesante, es el hecho de que esta organización política no contó, oficialmente, con varios candidatos para escoger. Cecilia Soto González fue la única persona que inscribió su candidatura en el partido, y hay que precisar que las coaliciones con otros partidos no fueron contempladas como alternativa para salir adelante en los comicios federales. Pero surge una pregunta, ¿Por qué únicamente ella lo hizo? Se tratará de dar respuesta a ello.

En la medida en que avanzamos tocamos la discusión que se suscitó a raíz de la elección de la exdiputada, Soto González. Vemos que internamente existieron, por lo menos, seis candidatos más dentro del PT, pero no fueron elegidos porque no inscribieron su precandidatura, según la versión oficial del partido. Por otra parte, encontramos declaraciones de Corriente Convergencia Democrática que manifestó que Cecilia Soto fue impuesta por el partido.

La exdiputada del PARM, además de ser la única candidata inscrita a la Presidencia, ofrecía al PT los siguientes elementos: carisma, buena presentación y capacidad para lograr los objetivos deseados por el partido (reafirmar el registro definitivo y crecer como tal). De este modo, el PT no tenía nada que perder y sí mucho que ganar al aceptar esa candidatura.

Todo parece indicar que Cecilia Soto era la candidata perfecta. En el transcurso del capítulo ofrezco otros elementos que permitieron esta elección: romper con el esquema tradicional de postular únicamente a hombres; su atractivo como mujer inteligente. Se presenta una síntesis del discurso de toma de protesta y se relata el papel de la abanderada petista en la campaña. Una vez explicado esto procedemos al desarrollo del primer subtema, donde se conoce el procedimiento que se siguió para la elección de Cecilia Soto, en 1993.

2.1 CECILIA SOTO, CANDIDATA PRESIDENCIAL DEL PT, 1994

En este apartado se explica el proceso mediante el cual se seleccionó al candidato presidencial del PT. Se dan a conocer los posibles candidatos a ocupar ese puesto; se señalan las causas de la existencia de la Corriente Convergencia Democrática al interior del partido, producto de la inconformidad de la postulación de Cecilia Soto González. Por último se mencionan los motivos para elegir a la exparmista y el evento donde ésta aceptó la candidatura.

Observamos que la candidatura de la señora Soto no fue aceptada de inmediato en el partido; sin embargo, después de varios debates y discusiones se llegó al acuerdo de su aceptación, tomando en cuenta las condiciones prevaletentes en ese organismo político, sobre todo su escasa presencia a nivel nacional.

Dentro del PT hubo una discrepancia trascendental para el futuro del partido. Unos pensaban que debían crecer como partido y otros expresaban que debían

hacerlo, pero a partir de votos, de presencia en la sociedad civil, de ser una verdadera opción electoral.

Uno de los miembros más sobresalientes del partido, expresó: “buscábamos un justo medio al tomar candidatos de la sociedad civil, abrir nuestro registro a todo aquel que quisiera ser candidato presidencial, postular a gente con la idea de ganar votos y de hacer buenas campañas”.¹ En la entrevista con el Sr. Rigoberto Lorence, por su parte, se pudieron conocer otros datos: “las distintas fuerzas del partido contemplaban al candidato de su preferencia. Una parte pretendía lanzar a Alejandro González Yáñez (Presidente Municipal de Durango en ese momento); otra parte de ellas proponía a Enrique Lizalde (actor). Internamente estaba el precandidato José Narro (Dirigente de la CNPA en Zacatecas); Rubén Aguilar (Dirigente del CDP de Chihuahua); Alberto Anaya (Dirigente del Frente Popular ‘Tierra y Libertad’ de Monterrey); y Demetrio Sodi de la Tijera (Miembro del PRI)”.²

Entonces existían seis supuestos candidatos, pero cosa curiosa -expresó el Sr. Lorence- “nadie quiso registrar su precandidatura”. Las razones que tuvieron los “precandidatos” variaron desde motivos personales hasta motivos políticos. Los argumentos de cada uno de ellos fueron expresados, entendidos y respetados por sus postulantes y, en general, por el partido.

Bajo estas condiciones, al PT sólo le restaba continuar con la búsqueda del candidato idóneo. Descartados los seis precandidatos, cada día se acentuaban más las discrepancias en torno al candidato presidencial, pero ahora giraban en proponer

¹ Entrevista, Miguel Bess-Oberto, 5 de septiembre de 1995.

a Cecilia Soto o apoyar la candidatura de Cuauhtémoc Cárdenas. Esta discrepancia se cristalizó en dos corrientes bien definidas del partido la de la dirigencia (Lidereada por Alberto Anaya y José Narro) que proponía a Cecilia Soto González, y la llamada Corriente “Convergencia Democrática” (Encabezada por José Antonio García y José Arturo López).

Al inicio pesaba más la Corriente “Convergencia Democrática”, que se pronunciaba por apoyar la candidatura de Cuauhtémoc Cárdenas. Esta contaba con el apoyo de casi la tercera parte del partido. Como ya mencionamos, la dirección petista no era partidaria de esta opción. Esto dio lugar a una batalla política e ideológica muy fuerte³ que se manifestó en el ámbito público en noviembre de 1993.

Finalmente triunfaron los que proponían a Cecilia Soto, quienes hicieron ver a los militantes que una coalición con el PRD, según la nueva legislación electoral, implicaría la desaparición del partido.

En ese tiempo José Narro Céspedes había tenido pláticas, con la sonoreense, para proponerle la candidatura presidencial de su partido, quien, a su vez, sufría fuertes contradicciones con el PARM, su partido. Aunque Cecilia Soto continuaba siendo miembro del PARM, votaba como diputada independiente, es decir, según su criterio, expresó el señor Lorence.

² Entrevista, Rigoberto Lorence López, 13 de septiembre de 1995.

³ Idem.

Cuando José Narro entró en contacto con ella y le propuso ser candidata presidencial para las elecciones de 1994, le pareció que el Partido del Trabajo era un partido nuevo, fresco, flexible y atractivo. La exparmista aceptó la invitación.

El 5 de noviembre de 1993, en calidad de ciudadana sin filiación partidista, Cecilia Soto inscribió su candidatura presidencial en el PT. En ese momento, la exparmista contaba con el respaldo de tres comités estatales petistas: el de Nuevo León, Durango y Zacatecas. Ese mismo día los dirigentes del PT informaron a los medios que no se realizaría ningún tipo de coalición con otros partidos. Cecilia Soto manifestó su acuerdo con la Declaración de Principios, el Programa de Acción y los Estatutos del partido, así como su voluntad de apearse a ellos: “acepto el reto porque estoy convencida de que se requieren nuevas formas de participación política, que rescaten la iniciativa popular, hoy ahogada por el exceso de buracrotismo y centralismo que padece el país y que ha contaminado a las organizaciones partidarias tradicionales”.⁴

A decir de Cecilia Soto, los tres principales partidos políticos no abarcan a toda la sociedad; aun existen espacios vacíos. Esta declaración, aparentemente, nos explica el motivo por el cual la exparmista decidió a participar en un partido diferente al PRI, PAN y PRD.

Desde ese instante la precandidata mostraba seguridad, inteligencia y entusiasmo: “tengo todas y ninguna posibilidad de ganar los comicios presidenciales del 94, pero aun así me siento muy contenta de participar, porque creo que podemos

⁴ El Financiero, 6 de noviembre de 1993.

aportar cambios importantes a la vida nacional”, declaró a la prensa.⁵ Una vez inscrita su candidatura dio inicio a su campaña, para lograr la candidatura, el 10 de noviembre de 1993 en Durango, la principal plaza petista.⁶

Lo que resulta interesante para comprender los motivos del PT respecto a la elección de la señora Soto, entre otras cosas, es el hecho de que fue la única que inscribió su precandidatura en el plazo señalado por el partido. Un segundo motivo fue que la mayoría de los integrantes de la Comisión Política Nacional reconocieron en ella las aptitudes políticas necesarias para ser candidata presidencial. Además, rompía con la tradición mexicana de postular únicamente a hombres en ese cargo, ello hacía más atractiva la oferta, porque era una novedad en el medio, aunque no fue la primera mujer lanzada a una candidatura presidencial: Marcela Lombardo fue la primera, aunque no alcanzó el éxito de la abanderada petista. “Cecilia Soto brindaba una oferta, militancia, una estructura y una estrategia para salir con éxito en la contienda electoral de agosto de 1994”.⁷ Aunado a ello, Soto contaba con todos los requisitos establecidos por el partido.

Unos de los principios petistas que llenó perfectamente la candidata fue el ser una persona con representación en la sociedad civil sin importar si era o no militante del partido.

Lo anterior explica, según los datos del PT, porque se eligió a Cecilia Soto y no a un miembro o militante del partido. El acto donde se eligió a la candidata

⁵ Idem.

⁶ El Financiero, 10 de noviembre de 1993.

⁷ Unomásuno, 23 de diciembre de 1993.

Lo anterior explica, según los datos del PT, porque se eligió a Cecilia Soto y no a un miembro o militante del partido. El acto donde se eligió a la candidata presidencial fue el Congreso Nacional, realizado en Monterrey, Nuevo León los días 13 y 14 de noviembre de 1993. El dirigente nacional de este partido, Alberto Anaya Gutiérrez, expresó que se decidió realizar la reunión en esta ciudad, como muestra de la descentralización de la vida nacional que propone su instituto político, e indicó que al Congreso “asistirían 900 delegados del país con derecho a voto y definirán la plataforma electoral del PT”.⁸

El Congreso Nacional del PT se realizó en la Plaza de Toros Monterrey “Lorenzo Garza”, con 20 mil personas aproximadamente. “Allí se discutió la candidatura de Cecilia Soto y ganó por mayoría, no por unanimidad”.⁹

2.2 LA TOMA DE PROTESTA

En seguida presentamos una síntesis del discurso pronunciado por la candidata petista. En sí, se anotan los temas de lucha: democracia, economía, convivencia entre los seres humanos y la naturaleza; y México en el mundo.

Una vez elegida, Cecilia Soto González rindió su protesta final como candidata a la Presidencia de la República por el Partido del Trabajo. Aquí se presenta una síntesis de su discurso de toma de protesta, pronunciado el 14 de noviembre de 1993.¹⁰

⁸ El Financiero, 7 de noviembre de 1993.

⁹ Entrevista, Rigoberto, Op, cit.

¹⁰ La síntesis fue elaborada en base al discurso de Cecilia Soto, Revueltas, órgano teórico del PT, p. 3-11.

La candidata del PT inició hablando sobre las elecciones, de las que dijo, que en primer término se enfrentarían al partido de Estado, bajo una orientación de corte continuista; al PAN del cual expresó que tiene problemas para presentar su plataforma y oferta política; y al PRD, un partido del que declaró tener coincidencias en la lucha por la democracia, pero estrategias diferentes.

Presento a estos tres partidos como las opciones para el electorado, pero señaló algunas de sus deficiencias, por lo que agregó que la opción para el cambio nacional era el PT. A éste lo definió como una nueva alternativa para el beneficio de los trabajadores y del pueblo.

Posteriormente, manifestó su voluntad de luchar por los siguientes puntos:

- 1) Por un país mas democrático, federalista y con un genuino equilibrio de poderes. El PT propuso un gobierno respetuoso de los derechos ciudadanos y sociales del pueblo.
- 2) Por una economía eficiente y competitiva, sustentada en la multiplicación del empleo, la justa remuneración al trabajo, el desarrollo regional y el cuidado del ambiente.
- 3) Lograr una convivencia armónica y tradicional, con los recursos naturales de nuestro entorno.
- 4) Por una sociedad plural, equitativa, con trabajo para todos y sin subordinación de la mujer.

Por un México abierto al mundo que pugne por un nuevo orden mundial más cooperativo, justo democrático y pacífico.

frecuentes los silbidos para repudiar su postulación y hubo necesidad de que un dirigente del PT interrumpiera a la oradora para recriminar a los impugnadores llamándolos infiltrados del PRI.¹¹ Este pequeño párrafo da cuenta de la inconformidad de la militancia petista ante la designación de Cecilia Soto.¹²

La campaña electoral de la petista, como candidata oficial del PT, comenzó el 4 de diciembre de 1993 en la ciudad de Querétaro. El primero de marzo de 1994 comenzó lo que la ley define como la campaña propiamente dicha.¹³ Ese mismo día la candidatura quedó registrada ante la ley. Ahora tratamos el siguiente apartado, lo que esperaba el PT de su candidata.

2.3 LO QUE ESPERABA EL PT DE CECILIA SOTO

En este apartado conocemos los resultados que deseaba obtener el PT de la campaña de Cecilia Soto. Advertimos la función del partido en la campaña y la de sus militantes. De esta manera entendemos la relación entre candidata y partido. Por último se describe, rápidamente, la función de Cecilia Soto.

“El Partido del Trabajo esperaba la difusión de su Programa de Acción y del Proyecto de Nación y de Sociedad. También confiaba en que, con la imagen de ella, se lograra penetrar en sectores de la sociedad no proletarios y cerrados para el partido. La candidata presidencial tenía mucha habilidad e inteligencia para salir adelante de situaciones imprevistas, en general hablaba con claridad. El partido

¹¹ La Jornada, 15 de noviembre de 1993.

¹² La inconformidad de la militancia petista se manifestaba a través de Corriente Convergencia Democrática.

¹³ El Nacional, 2 de marzo de 1994.

partido. La candidata presidencial tenía mucha habilidad e inteligencia para salir adelante de situaciones imprevistas, en general hablaba con claridad. El partido reconoce sus méritos, pero también manifiesta su desacuerdo con varias opiniones de ella emitidas en su campaña. Hubo muchas cosas que planteó con claridad, como la posición del partido frente a la política para rescatar a la industria nacional y el fomento de las actividades agropecuarias”.¹⁴

La función del partido en la campaña presidencial de 1994 fue fundamental. Trabajó intensamente en la captación de recursos económicos para aumentar el presupuesto asignado; desde el inicio de ésta, el partido mandó a empapelar las áreas estratégicas de las principales ciudades del país y llenar rápidamente, incluso antes que los otros partidos, la mayoría de las colonias en el área metropolitana, con plásticos propagandísticos.

El partido contrató un equipo de asesores para que discutieran con ella los temas de mayor interés y la coyuntura del país, éstos solamente los utilizó al inicio de su campaña, porque después ella misma la manejó.

Los militantes del partido también difundían las ideas y las propuestas a través de labores y trabajos sociales en colonias y pueblos. Promovían en diferentes estados del país conferencias y visitas de su candidata. “El partido le dio una estructura a Cecilia Soto, una estructura de trabajo. En él no había mucha experiencia electoral, pero sí muchas ganas de trabajar”.¹⁵

¹⁴ Entrevista, Rigoberto, Op. cit.

¹⁵ Entrevista, Miguel, Op. cit.

La función de Cecilia Soto. “Cecilia Soto fue una candidata que nos funcionó. Ella es una señora muy inteligente, muy capaz. obviamente nadie puede negar que antes de ser candidata del PT era desconocida en la sociedad”.¹⁶

El papel de la candidata, en general, fue bueno, quizá excelente. Logró reafirmar el reciente registro del Partido del Trabajo, aumentar las filas de simpatizantes y militantes; le dio una presencia nacional y logró sacarlo avante de las críticas negativas que le impugnaron. Le brindó una imagen limpia y, sobre todo, lo colocó en la cuarta posición electoral, aunque muy distante de la tercera.

La campaña de la candidata fue exitosa y a juicio del partido pudo lograr más de no haber existido la campaña “antiCecilia” y de haber participado en el debate televisado del PRI, PAN y PRD.

“Cecilia Soto dio a conocer al PT. Lo presentó por todos lados, le atrajo mucha publicidad, lo colocó en el escenario de la política nacional y, el partido puso a Cecilia en él; es decir, ambos interesados resultaron beneficiados”.¹⁷

¹⁶ Idem.

¹⁷ Entrevista, Rigoberto, Op. cit.

CONCLUSION

La elección de Cecilia Soto estuvo marcada por hondas discrepancias dentro del partido, lo cual ocasionó divisionismo; y por análisis negativos de él por parte de la opinión pública, especialmente la periodística, que escasamente tocamos.

La diferencia fundamental y trascendental, en el ese organismo, se creó a partir de la precandidatura de la señora Soto; en ese momento, surgió lo que se llamó Corriente Convergencia Democrática. Esta Corriente proponía incorporarse a la candidatura de Cuauhtémoc Cárdenas, sin embargo la dirección partidaria no lo permitió. Al respecto aseveraron que la ley no permite dicho proceso. Después de la elección de Cecilia Soto la Corriente Convergencia Democrática señaló que fue una imposición, e incluso llegó a expresar que fue una "imposición del gobierno". Si fue o no cierto lo que en su momento se declaró, hoy no podemos apoyarnos en ello, porque incluso hoy están en el partido (salieron en diciembre de 1994).

La candidata presidencial fue postulada por tres comités petistas, el de Nuevo León, Durango y Zacatecas, principales bases petistas. No fueron registrados otros candidatos, así pues, el PT eligió a la persona que la dirigencia había propuesto. El resto de la militancia tuvo que aceptar irremediamente ese hecho, pese a su desacuerdo.

Esa candidatura les abrió las puertas del éxito. Después de la designación, la campaña electoral de Cecilia Soto, se empezó a desarrollar en buenos términos.

CAPITULO III

EL PROGRAMA PRESIDENCIAL, 1994-2000

INTRODUCCION

Las campañas políticas para las elecciones presidenciales del 21 de agosto de 1994 fueron intensas; sin embargo, presentaron grandes deficiencias, una de ellas es la que nos ocupa en este capítulo: la poca difusión de las Plataformas Políticas y, en sí, de los Proyectos Políticos de los partidos. El PT no queda eximido de tal problema. Este partido y su candidata presidencial, Cecilia Soto, no dio a conocer todas las propuestas contenidas en su Programa de Gobierno 1994-2000 y en su Plataforma Electoral; en síntesis, el proyecto político¹ del partido no fue difundido entre los votantes.

En una encuesta realizada en los meses de junio y julio de 1994, se evidencia, según las conclusiones del estudioso Pablo Trejo Romo, que la preferencia electoral no se da con base en el conocimiento de las plataformas electorales de los partidos; el 48.5 por ciento de los entrevistados dijo que votaría por los candidatos de los partidos; el 30.3 por ciento lo haría por el partido y por ambos votaría el 16.4 por ciento; es decir, el 95.2 por ciento de los entrevistados basarían su preferencia electoral, por el partido, por el candidato o por ambos. "Si tomamos como dato grueso que el 3 por ciento de los ciudadanos otorgaron su voto con base al conocimiento de los proyectos políticos de los partidos -lo que es una exageración-, tan sólo 1 350 000 ciudadanos tuvieron acceso a ese producto. Con lo que puede afirmarse que las plataformas electorales son un servicio y producto de

¹ Proyecto político: Conjunto de alineamientos y de propuestas que se plantean con la finalidad de transformar o reafirmar el estado de cosas. Pablo Trejo Romo. Estudios políticos, núm. 6, Nueva Época, enero-marzo, 1995, p. 100.

difícil adquisición, selectivo, elitista y poco o nada ofertado por los partidos políticos; esto, desde luego, siguiendo la lógica del discurso del Marketing o mercado político".²

Entonces el éxito del PT puede atribuirse a la explotación de la buena imagen -subtema del próximo capítulo- de la señora Soto: "Cecilia Soto con su magnífica campaña, con su distinguida presencia y con su natural facilidad de expresarse fue ganando, si no el voto, sí el reconocimiento de la mayoría de la población".³

Este capítulo intentará demostrar lo que hemos planteado: consta de seis apartados:

3.1 Ambito Político e Institucional;

3.2 Economía;

3.3 Ambito Social;

3.4 Medio Ambiente y Calidad de Vida;

3.5 Educación y Cultura; y

3.6 México y el Mundo.

Las propuestas y el proyecto político del PT son desarrolladas y, oportunamente, algunos temas se confrontan con declaraciones de campaña pronunciadas por su candidata, de modo que se pueda hacer un balance comparativo entre lo dicho y lo escrito.

En el desarrollo encontramos pocas contradicciones entre lo escrito y lo pronunciado: por un lado están las declaraciones escritas del PT y por el otro los discursos y las declaraciones de Cecilia Soto, tal parece, avaladas por el partido, aunque es importante señalar que no todas. Esto demuestra, también, que el partido no pensó en este problema cuando designó a Cecilia Soto como su candidata al poder Ejecutivo o, si lo pensó, lo dejó de lado porque en ese momento le convenía aceptarla para ganar votos, crecer y llegar a la clase media; es muy probable que

² Pablo Trejo, Op. cit, p. 102.

³ El Financiero, 18 de mayo de 1994, Federico Arreola.

haya pertenecido a una estrategia de campaña. A continuación se presenta el primer apartado, el cual versa sobre ámbito político e institucional.

3.1 AMBITO POLITICO E INSTITUCIONAL

Aquí se desarrollan propuestas sobre el sistema político mexicano; encontramos la primera contradicción entre candidata y partido a saber, sobre la cuestión socialista.

Por lo que toca a la Plataforma Electoral y al Programa de Gobierno del PT, he de expresar que éstos documentos, tratan de englobar las propuestas del partido para transformar al país. La transformación que plantea es radical pues, de entrada, en la Plataforma Electoral, propone avanzar en la construcción de un proyecto político de organización alternativo desde la perspectiva de la izquierda revolucionaria. Con ello, entendemos que su proyecto tiene una orientación socialista; frente a ello encontramos que su candidata manifestó, en más de tres ocasiones, su rechazo al socialismo. Ejemplo: "en la ciudad de Querétaro, la señora Soto se entrevistó con la Cúpula de la Cámara Nacional de Comercio (Canaco), quien dejó entrever que su voto podría ser para ella, pero condicionado a un claro deslinde con las posiciones izquierdistas al interior del partido. Cecilia Soto aceptó y rompió con él porque, dijo, no funcionó, es un fracaso".⁴ Es obvio el rompimiento con la declaración de principios del partido y con el proyecto político; esto muestra una incompatibilidad significativa del PT y su candidata presidencial.

El Partido del Trabajo se pronuncia por llevar a la práctica una forma alternativa de modernización de naturaleza integral (es decir, económica, social y política), con un sentido eminentemente popular. Para lograr ese objetivo, dice que se deben realizar una serie de transformaciones de carácter integral que incidirán de

⁴ El Financiero, 24 de abril de 1994.

manera determinante en los instrumentos, objetivos y formas de gobierno para crear una nueva relación entre gobernantes y gobernados (Programa de Gobierno). Este partido privilegia al movimiento social por sobre la organización partidista. Respeta y acata, en lo que le compete, las decisiones que los movimientos de masas o sus militantes tomen en sus respectivas instancias democráticas. Considera al partido como una opción organizativa más al servicio del pueblo, como medio de coordinación, instancia de concreción de las luchas y conquistas de las organizaciones de masas (Plataforma Política, pp. 2-3). Evidentemente estas manifestaciones van dirigidas a la clase baja o popular, pero ¿qué pasa con sus ambiciones de llegar a la clase media?, ¿de haber difundido y apoyado estos planteamientos Cecilia Soto esta clase hubiera simpatizado con el?, ¿esta declaración no choca con los discursos de Cecilia Soto ofrecidos a empresarios del país?, por citar un ejemplo.

Es importante señalar que el Programa de Gobierno no presenta declaraciones en favor del socialismo, parece que quisiera olvidarse u ocultarlo; este documento sirvió más de base para realizar los discursos de la candidata. Por otro lado, en la Plataforma Electoral encontramos, a cada momento, la inclinación manifiesta hacia el socialismo y la atribución al capitalismo de varios problemas que padece el país. ¿A qué podemos imputar este hecho?, quizá al deseo de llegar positivamente a toda la ciudadanía, es decir a una estrategia de campaña.

"...Se ha revelado que las ideas rotuladas de "fascistas" o "comunistas" inducen reacciones negativas, mientras que las mismas ideas sin dicho rótulo, pueden obtener una pronta aceptación verbal".⁵

Si el PT mostraba abiertamente su carácter socialista perdería o, simplemente no ganaría el voto de muchos electores. Recordemos que después de la caída del

⁵K. Young y otros; La opinión pública y la propaganda, 1993, p. 215.

Muro de Berlín la gente piensa que el socialismo no sirve y es obsoleto; tal vez por ello la candidata presidencial, trató de ocultar la ideología de tipo socialista del partido y cuando se le cuestionó acerca de ello hizo declaraciones repudiando este ideario; Cecilia Soto respondió en una entrevista lo siguiente: "El PT dice que es socialista por no querer profundizar o finiquitar una discusión amplia que hay en el partido. Me parece una inercia, aferrarse porque vinieron de un movimiento de izquierda desde hace muchos años. Tienen que dar un salto y plantearse otra solución".⁶ Con esta reflexión podemos intuir que el documento que más se dio a conocer en declaraciones y discursos fue el Programa de Gobierno y no la Plataforma Electoral.

El PT se pronuncia por la modificación del sistema político arcaico, antidemocrático y corrupto. De llegar a la Presidencia lo sustituiría por otro democrático, participativo y moderno. Los rezagos a erradicar son: el presidencialismo absolutista, el corporativismo político-social, el régimen de partido de Estado, el actual remedo de división de poderes y pseudodemocracia representativa, la discrecionalidad burocrática, los cacicazgos, la impunidad policial y la corrupción generalizada en todas las instancias de la administración pública y los aparatos de representación social. Las soluciones que plantea a éstos problemas son las siguientes: reforma democrática general, división de poderes; reforma del sistema electoral y de los partidos políticos; reformas a las normas de funcionamiento de las organizaciones civiles, profesionales, culturales; el establecimiento de nuevas relaciones entre los poderes de la Unión, los estados y los municipios y, la reforma a la administración pública junto con los cuerpos policiales (Programa de Gobierno, p. 3).

⁶ El Financiero, 20 de abril de 1994.

Respecto al presidencialismo propone que el Poder Legislativo tenga mayores atribuciones, que sea un contrapeso real para el ejecutivo y garantice la auténtica división de poderes (Plataforma Política, p. 9). De este tema la sonorenses propuso fortalecer los poderes Legislativo, Judicial y Ejecutivo mediante una mayor autonomía.⁷ Pero antes de pronunciarse por un fortalecimiento del Poder Judicial, había planteado la desaparición de éste, y en su lugar propuso la creación de una agencia de investigación con un cuerpo colaborador del Ministerio Público para un mejor funcionamiento.⁸ El aspecto del Poder Judicial no se contempló en los documentos petistas; en este sentido la candidata agregó nuevos elementos.

El partido propone hacer vigente el sistema federal y convertir al Distrito Federal en el Estado 32, convertir a sus 16 delegaciones en municipios con un Congreso Local (Programa de Gobierno, p. 7).

El objetivo inmediato es lograr la transición a la democracia. Son partidarios de la Soberanía Popular, del pluralismo y está en contra de la represión física, laboral o económica de los trabajadores (Plataforma Electoral, p. 4).

En cuanto a los derechos humanos se especifica lo siguiente: el Partido del Trabajo propone que la Comisión Nacional de Derechos Humanos sea independiente de los Poderes Ejecutivo y Judicial. El partido expresa que se debe acabar con la censura disfrazada y se compromete a luchar por ejercicio irrestricto del derecho a la información y la libre expresión. De igual manera sostiene la necesidad de que en los medios masivos de difusión se dé espacio a todas las opiniones. Respeta la voluntad de cultos religiosos como una garantía individual de todos los mexicanos y mantiene, a su vez, el principio de separación Iglesia- Estado.

Respecto a la política internacional se manifiesta a favor de una política de paz y ayuda mutua entre los pueblos; por un cambio a nivel mundial que suprima la

⁷El Financiero, 13 de julio de 1994.

⁸El Financiero, 11 de abril de 1994.

dominación de los países más ricos sobre los pobres y que permita, en términos de respeto recíproco, que en el futuro se supriman las barreras nacionales y los bloques internacionales (Plataforma Electoral, p. 12).

De lo institucional podemos concluir que, a excepción de la ideología del partido, los discursos y declaraciones de Cecilia Soto, fueron acordes con lo escrito en la Plataforma Electoral y el Programa de Gobierno. El tema del conflicto chiapaneco fue el marco bajo el cual la candidata presidencial denunció, en repetidas ocasiones, la inadecuada política del gobierno en turno y la necesidad de un cambio en la estructura del sistema político.

La candidata petista propagó los aspectos negativos del sistema político, contenidos en los documentos del partido y los ligó con el aspecto coyuntural del país: conflicto chiapaneco, asesinatos, entre otros. Es el turno de presentar el siguiente apartado, economía.

3.2 ECONOMIA

El partido establece que la transformación global de los patrones de funcionamiento de nuestra economía, no ha alcanzado un nivel óptimo. Por lo que propone crear un nuevo activismo estatal que no se contraponga a la acción de los mercados, sino que los canalice.⁹

Los instrumentos de gobierno que concibe el PT en materia económica son: una nueva política industrial, reactivación del agro y abatimiento de las tasas de interés, complementada con rigurosas actividades de vigilancia y fiscalización antimonopólica y de apertura a la inversión extranjera para reactivar la competencia en el sector financiero (Programa de Gobierno, p. 8). Como se puede observar en este párrafo no se hace alusión alguna al carácter socialista del PT. Por otro lado, en

⁹ Este tema , economía, es tratado con base a lo establecido en el Programa de gobierno las anotaciones de página corresponden a este documento.

la Plataforma Política se encuentra lo siguiente: el PT se pronuncia por combatir al capital nacional y extranjero, especulador y sacadólars. De las nacionalizaciones manifiesta que éstas sólo deben hacerse cuando le beneficien al pueblo. El partido lucha por la socialización y no por la estatización de empresas (p. 45-46). En este punto lo escrito y lo pronunciado concuerdan perfectamente: "socialización y no estatización de empresas", planteó Cecilia Soto en una entrevista.¹⁰

Los objetivos fundamentales del PT, para una nueva política industrial son: apoyar a las industrias que se encuentren en la frontera tecnológica; un activismo estatal que cree las condiciones y los medios para fortalecer a las pequeñas y medianas empresas con ventajas competitivas; el apoyo al que se refiere es temporal.

La política para la recuperación integral del agro plantea la modernización del mismo. Las soluciones a los problemas rurales son: proteger y fortalecer la organización ejidal y cooperativa; ampliar la generación de subsidios para la producción; fortalecer las organizaciones sociales de los campesinos; y nuevas instancias para protegerse del vaivén de los precios (p. 10-11).

Política de abaratamiento del crédito. Para resolver el problema del crédito, propone liberar el régimen de inversiones extranjeras en el sector bancario financiero; mantener las líneas de crédito preferencial; incrementar y movilizar el ahorro interno (p. 11).

Plantea una estricta política antimonopólica, y un óptimo funcionamiento de los mecanismos de mercado; concesiones de acuerdo a la ley; y una nueva normatividad supervisada por el Legislativo (p.12).

¹⁰El Financiero, 5 de julio de 1994.

El PT habla de la necesidad de una Política Fiscal responsable y con una definición radical de sus objetivos. Su función radicarán en la ampliación del potencial humano para lograr un desarrollo económico sustentable (p.13).

Para consolidar una reforma impositiva considera que se deben aplicar las tasas más altas del impuesto marginal sobre la renta a los ingresos más altos; establecer un nuevo impuesto a la compra-venta de acciones con fines especulativos; alinear el IVA mexicano con el que rige en Estados Unidos (pp. 13-14). Por otra parte, en la Plataforma Electoral el partido se pronuncia "por la desaparición del IVA" (p. 50). Entonces, ¿debe haber o no IVA?

Las modificaciones que haría, de llegar a la Presidencia, sobre la Política de Inversión Extranjera son: eliminar las restricciones en los sectores de comunicaciones, transportes y servicios financieros; las funciones de la Comisión de inversiones deben ampliarse y ésta deberá actuar como buscadora de inversiones extranjeras (p. 14-15).

La nueva concertación política y de ingresos expresa lo siguiente: eliminar todos los topes administrativos a los salarios; elaborar un programa de incrementos de productividad y recuperación salarial (p. 16). Esto es lo que corresponde a economía; ahora pasemos a las consideraciones sobre el trabajo, el salario, el trabajador, la mujer, y por último, a la problemática urbana y rural.

3.3 AMBITO SOCIAL

En lo relacionado con el ámbito social la Plataforma Electoral es más explícita que el Programa de Gobierno, por tal motivo es de la que nos servimos citar más. A nivel de políticas generales, el plan de gobierno perseguirá la realización de cuatro grandes objetivos nacionales: la eliminación de la pobreza; la eliminación de los grandes rezagos existentes en materia de vivienda, educación, salud y seguridad

social; la redistribución del ingreso en beneficio de la grandes mayorías nacionales; y, finalmente, la redistribución del poder social en beneficio de los colectivos sociales, comunidades y sectores discriminados (Programa de Gobierno, p.18). Estos objetivos del PT fueron los más propagados en la campaña de Cecilia Soto. Podemos externar que en términos generales, lo concerniente a la cuestión social fue lo más explotado, aunque la sociedad no conoció todas las propuestas.

De los trabajadores. Manifiesta que lucha por una nueva organización sindical nacional, democrática y representativa, que contribuya a la construcción de las bases de un nuevo proyecto social global alternativo. Propone un acuerdo sobre productividad que satisfaga las siguientes condiciones: 1) respeto a los derechos laborales; 2) recuperación de los salarios; 3) seguridad y salud en el trabajo; 4) capacitación laboral; 5) respeto a las organizaciones laborales y sociales (Plataforma Electoral, pp. 13-14).

Existe un punto interesante que no fue explotado en la campaña electoral; considero que de haberlo expresado y desarrollado ampliamente hubiera logrado la captación de más electores: "Pugnamos por la fijación de la jornada de 40 horas de trabajo semanales, como máximo, con pago de 56 y porque el tiempo de transporte sea pagado o considerado como parte de la jornada laboral (Plataforma Electoral, pp. 16-17).

Para los trabajadores migratorios demanda lo siguiente: trato digno y respetuoso, estabilidad laboral, así como las mismas prestaciones y derechos de los trabajadores norteamericanos, para nuestros compatriotas. "El partido reivindica el derecho de los inmigrantes que ingresan a nuestro país por la frontera sur, deben obtener un trato similar al que reclamamos para nuestros connacionales y gozar de nuestros logros laborales" (Plataforma Electoral, p. 20). De la economía subterránea se proclama a favor de sus luchas; por la autonomía de sus organizaciones; en

contra de la explotación de empresarios y acaparadores; por el pago de impuestos de los grandes empresarios; y en contra del abuso y corrupción de las autoridades (Plataforma Electoral, p. 21).

De la redistribución del ingreso. Señala que erradicará las mayores desigualdades con una meta: acercarse substancialmente a la distribución del ingreso de los países de la OCEDE, a partir del incremento de la participación relativa del 80% de la población de menores ingresos y la reducción relativa de la del 10% más rico. "Para lograr ese objetivo piensa combinar las políticas salariales, crediticias y de modernización de la pequeña y mediana empresa. En este último sentido, la idea central es elevar la carga fiscal relativa de los ingresos personales más altos y reducir la de los trabajadores asalariados y microempresas" (Programa de Gobierno, pp. 21-22).

La problemática urbana será abordada a partir de las siguientes orientaciones de gobierno: mayor impulso a la descentralización urbana, apoyo a las ciudades medias e incremento sustancial del conjunto de los recursos municipales; reorganización integral de la vida municipal; impulso a la organización comunal autónoma a nivel de colonia o vecindario; extensión de los servicios públicos básicos; y cesión a los municipios y a las organizaciones comunales autónomas de las funciones y recursos socialmente operados por PRONASOL (Programa de Gobierno, p. 23).

Las soluciones que se plantean para el campo son: democratización de las organizaciones campesinas y los municipios, desterrando los medios tradicionales de corrupción; impulso a las uniones de productores; búsqueda de un desarrollo rural integral; incorporación de la perspectiva ecológica de largo plazo; mayor intervención estatal en respaldo a la producción, sin burocratismo (Programa de Gobierno, p. 24). Este aspecto de la cuestión social fue descrito a los campesinos detalladamente.

Sobre el tema de la mujer, el PT apunta que se debe garantizar de manera real y efectiva la igualdad de oportunidades para hombres y mujeres, en todos los ámbitos de la vida económica, social, política y cultural. Se pronuncia por una maternidad libre y voluntaria; el aborto lo apoya, pero como último recurso; propone que éste se despenalice y se reglamente (Plataforma Electoral, pp. 35-36). Este es un punto donde el partido y la candidata no coincidieron, al respecto Cecilia Soto declaró que ella no simpatizaba con esa práctica.¹¹

Del tema de los niños plantea que se debe proteger su integridad, al igual que la de los jóvenes; demanda castigo enérgico para quienes los maltratan, explotan o prostituyen. Se inclina por la promoción de políticas que fomenten el desarrollo recreativo y deportivo de éstos; y por una cultura popular que los involucre (Plataforma Electoral, p. 36). Reivindica el origen y la cultura indígena de los mexicanos, por lo que declara que impulsará la realización de actos alternativos en nuestro país y toda América (Plataforma Electoral, p. 37).

De los jubilados y las personas de la tercera edad. Propone que las pensiones sean aumentadas de inmediato y que no sean menores a tres salarios mínimos vigentes. Apoya los movimientos de jubilados y pensionados (Plataforma Electoral, p. 37). Este tema no fue propagado, mucho menos explorado por la candidata presidencial.

De la educación sexual el partido subraya que se debe generar una actitud abierta hacia el sexo, sin atavismos, que permita reconocer de manera natural y responsable sus características, funcionamiento y consecuencias (Plataforma Electoral, p. 38).

El partido por tener una trayectoria de lucha por la tierra, plantea que los colonos no deben ser desalojados de los terrenos que habitan; y, que los créditos

¹¹Al respecto véase la entrevista que publicó El Financiero, 20 de abril de 1994.

deben ser accesibles a los sectores urbano- populares (Plataforma Electoral, p.38-39). Este es el último aspecto que se toca en este apartado. A continuación pasamos a la descripción de los problemas ecológicos y sus posibles soluciones.

3.4 MEDIO AMBIENTE Y CALIDAD DE VIDA

Este es el tema menos desarrollado en los documentos del PT y, por tal motivo, también de nuestro apartado; al respecto, cabe señalar que este sólo es tratado en el Programa de Gobierno; no es muy explícito y fue de los menos difundidos en la campaña.

El partido encuentra los siguientes problemas ecológicos: contaminación del agua, escasez de recursos acuíferos, empobrecimiento de los suelos, incremento de ozono, devastación de los bosques y deterioro de la vida urbana. Para atacar éstos problemas el Programa de Gobierno del Partido del Trabajo manifiesta cuatro tipos de medidas: a) elaborar un Plan Nacional de Protección y Mejoramiento Ambiental; b) incorporar más ampliamente a la población y a las organizaciones sociales y civiles en la lucha por la protección y el mejoramiento del medio ambiente y la calidad de vida; c) fortalecer los aspectos culturales y educativos de la lucha en pro de la salud y la recuperación ecológica; y d) modificar la legislación vigente, para reforzar el combate penal y administrativo contra las prácticas destructivas y contaminantes, teniendo en cuenta la cooperación mundial para resolverlos (pp. 31-32). Ahora pasamos a las propuestas del partido en materia de cultura y educación.

3.5 EDUCACION Y CULTURA*

La educación y la cultura son de las principales preocupaciones de la campaña que pretende lograr el cambio estructural, la transición a la democracia y la

* Todo lo que se relata en este apartado forma parte del Programa de Gobierno del PT, pp. 32-34.

integración comercial con América del Norte. Cecilia Soto González sostuvo que la educación es una de las prioridades del Partido del Trabajo. Este aspecto fue bien difundido y ampliamente discutido; principalmente con los estudiantes y los maestros que visitó. Es conveniente señalar que con los estudiantes la candidata desarrolló más todas las propuestas, aun cuando no fue bien recibida por ellos.

La política educativo-cultural del Partido del Trabajo se apoya en seis pilares fundamentales: a) modernización y ampliación del sistema educativo, científico-tecnológico del país; b) promoción más amplia de la libertad de expresión en los medios informativos; c) ampliación de los estímulos a la creación científica y artística; d) impulso a la integración pluralista de la cultura nacional; e) apertura de canales a la expresión directa de los sectores y organizaciones populares; f) promoción a todos los niveles de los valores democráticos, participativos, plurales y de respeto a los derechos ciudadanos y sociales y, del medio ambiente. En esta cuestión, las medidas son las siguientes: elevar el gasto público hasta situarlo, al cabo de un sexenio, en 8% del PIB; rehabilitar el salario docente; capacitación de los trabajadores; nueva política de difusión, sin censura; ampliación de canales televisivos de corte cultural; apoyo al desarrollo científico y artístico; y revaloración del contenido del nacionalismo mexicano (pp. 32-33).

Las propuestas del PT apenas fueron pronunciadas por Cecilia Soto en su visita a los comités de acción política del SNTE; en el discurso pronunciado a los maestros, ahondó sobre la problemática que enfrentan y les ofreció soluciones que en los documentos del partido no se encuentran. Las propuestas que tiene el PT sobre el magisterio fueron consideradas por la candidata como "insuficientes para el diálogo como el que vamos a emprender".¹² Básicamente manejó cuatro temas: análisis y propuesta de política sobre educación; un comentario acerca de las

¹² *Revue*, órgano teórico del PT, Nov. 93/ abril 94, p. 44.

condiciones laborales del magisterio; una reflexión del papel del educador en la sociedad; y algunos puntos de vista sobre la situación sindical. En su visita no difundió propuestas petistas de otra índole. El hecho es claro, la candidata le habló a los maestros de sus problemas y de las soluciones que les ofrecía. Llegamos así, al último apartado del capítulo, México y el Mundo, en el que advertimos las propuestas para mejorar las relaciones de nuestro país con el resto de la comunidad mundial.

3.6 MEXICO Y EL MUNDO

Este tema es el segundo más pequeño del Programa de Gobierno del Partido del Trabajo; carece de un tratamiento profundo de los temas de política exterior mexicana; considero que debería ser tan amplio como aspecto social, ya que México tiene una amplia participación en el escenario mundial.

La política exterior que desempeñará el PT está concebida para hacer frente a los nuevos desafíos que derivan de la llamada globalización mundial (p. 34).

El PT adopta la siguiente plataforma programática de política exterior:

- a) Impulso a la cooperación pacífica de los Estados y los Pueblos.
- b) Ampliación de las funciones de la Comunidad de Naciones.
- c) Liberación del comercio mundial.
- d) Establecimiento de un nuevo sistema internacional estable.
- e) Reducción drástica de los gastos militares.
- f) Establecimiento de un sistema fiscal mundial que grave moderadamente los movimientos internacionales de capitales y las transacciones mundiales de bienes y servicios.
- g) Organización de un sistema estable de protección a la vida marítima, a los bosques tropicales y a la biodiversidad del planeta.
- h) Creación de una agencia internacional de protección a los pueblos indígenas.

j) Impulso al libre comercio a través de la integración y cooperación política de los países de América Latina.

Las prioridades del partido en materia económica son las siguientes: adoptar todas las acciones conducentes a evitar que el TLC se convierta en un espacio económico cerrado que obstruya la movilidad internacional de tecnología y limite la consecución de los máximos niveles de eficiencia; profundización de este acuerdo comercial para hacer posible la libre movilidad de los trabajadores y hacer frente a uno de los desequilibrios estructurales más graves de nuestro desarrollo; y, por último, protección a los migrantes mexicanos que van a Estados Unidos (pp. 35-36).

CONCLUSION

La candidata presidencial del PT, Cecilia Soto González, contó oficialmente con seis meses de campaña electoral, según lo define la ley; en el transcurso de ella no todas las propuestas fueron expuestas y desarrolladas a los electores. Esto obedece a una estrategia de campaña; la sonoreNSE le manifestó a cada público únicamente lo que a él le concernía y le interesaba escuchar. Sin embargo, es notorio el hecho de que la candidata petista no expresó y ni explotó, en toda su capacidad, los temas contenidos en el Programa de Gobierno y en la Plataforma Electoral de su partido; entre éstos se encuentra la cuestión social, el medio ambiente y el ámbito internacional. A ello hay que agregarle que a estos documentos les faltó profundizar, especialmente en la cuestión del medio ambiente, en la política internacional y en economía; los temas que están más que definidos y trabajados, y que la señora Soto propagó, siempre que tuvo oportunidad, son el ámbito político e institucional, el ámbito social, y educación y cultura.

De éstos podemos señalar que son temas de preocupación y de orden básico en la sociedad mexicana; así pues, la explotación de ellos fue importante para captar la atención de los votantes y, del público en general. También apuntamos algunos desacuerdos entre pronunciamientos de la señora Soto y propuestas del partido, a saber, en lo que se refiere al socialismo y al aborto; pero éstas "pequeñas" cuestiones no influyeron en los votantes del PT.

Si estamos hablando de que las propuestas petistas no fueron muy explotadas y, que incluso existieron algunas contradicciones entre el discurso y lo escrito, podemos concluir que la propagación de algunas propuestas del PT fueron básicas en la campaña, pero no esenciales.

Como señalamos en la introducción del capítulo, el acceso de los votantes a los proyectos políticos es muy limitado; esto hace referencia a lo siguiente: el elector

otorgó su voto con el desconocimiento de la oferta del partido. A mi juicio esto obedece a dos motivos; primero, al partido no le interesa introducir en su propaganda política todo su proyecto político por causas de estrategia electoral, ya que si bombardea al público con palabras, ya sean escritas o habladas pierde eficacia la propaganda, en este sentido, la propagación que realizó fue exitosa; segundo, al electorado no le interesa saber más allá de lo concerniente a sus necesidades, esto es un elemento de su cultura política.

Podemos concluir que la campaña presidencial del PT, sólo difundió propuestas y proyectos de orden básico que apuntaron hacia los problemas principales de los mexicanos; y, se olvidó de propagar lo concerniente a problemas de segundo orden. Por lo tanto, la campaña más que preocuparse por la difusión del proyecto político, giró en torno a la presentación de la imagen de su candidata.

CAPITULO IV

LA CAMPAÑA Y SUS RECURSOS

INTRODUCCION

El éxito de la campaña presidencial del PT, en 1994 fue algo excepcional, pues de ser un partido nuevo, con poca experiencia en los procesos electorales, pasó a la cuarta posición electoral. Esto acredita una revisión de la campaña y sus recursos.

El objetivo del capítulo es profundizar en detalles específicos de dicha campaña para entender su éxito. Nos basamos únicamente en los datos concretos del IFE y del Partido del Trabajo.¹ Aquí se esbozan algunas razones del éxito de la campaña de Cecilia Soto y del triunfo del PT en las elecciones federales del 21 de agosto.

¿Fue una **campaña exitosa**? Sí, porque cumplió con los objetivos propios de una campaña electoral: realizar en un determinado periodo (en este caso fue del 15 de marzo al 18 de agosto) propaganda electoral; y esta logró cumplir eficazmente su tarea, a saber, captar el voto de los electores, ganar.

¿Qué permitió el éxito? La respuesta puede parecer breve, pero no es así; para contestarla fue necesario elaborar los tres capítulos anteriores: *El PT un Partido para las Elecciones*; *La Selección del Candidato*; y, *El Programa Presidencial*. En cada uno de éstos se explicó, de alguna manera, porque tuvo tanto éxito la campaña presidencial de Cecilia Soto.

En este último capítulo convergen los tres anteriores, esos temas ahora se presentan, aunque de una manera diferente, como generalidades, para después

¹ De nueva cuenta nos apoyamos en datos adquiridos en entrevistas efectuadas a personalidades del PT.

coaligarlos con otros elementos presentes en la campaña: imagen y dinero. Para tal tarea el capítulo se dividió en los siguientes apartados:

4.1 La Dirección de la Campaña;

4.2 La Imagen del Candidato y

4.3 El Financiamiento.

Respecto al último apartado, el financiamiento de la campaña, es conveniente señalar que por haber presentado abundante propaganda política, el PT fue presa de numerosos ataques. Este tema causó dudas entre los periodistas y, en general, en la sociedad. Las conclusiones a las que llegaron no varían, en síntesis, se argumenta que los petistas recibieron dinero del gobierno salinista.

No sólo los periodistas manifestaron públicamente sus dudas sobre el financiamiento del PT, también los candidatos del PVEM y del PARM, Jorge González Torrez y Alvaro Pérez Treviño, respectivamente.²

No pretendo contribuir en esa discusión, ya que no es el objetivo de esta investigación. No afirmo ni rechazo esas imputaciones. En este apartado no son tomadas en cuenta, porque no existen evidencias que las sustenten (tan es así que de haber contado con pruebas reales se hubiera procedido contra el partido conforme lo señala la ley). Al respecto, invito al lector a considerar los datos que se ofrecen en este capítulo, especialmente los que conciernen a las aportaciones de la militancia petisa en la campaña de Cecilia Soto. A continuación se presenta el primer apartado de este capítulo, el cual señala a las personas que estuvieron al frente de la campaña presidencial del Partido del Trabajo (PT), la función que ejercieron y el modo en que la realizaron.

² Al respecto pueden consultarse las acusaciones del PARM, en *El Financiero*, 10 de junio de 1994; y las del PVEM en el mismo diario el día 23 de 1994. También se puede revisar el artículo del mismo periódico del día 8 de agosto, en el que se hace referencia a las condiciones en que nació el partido y al sospechoso dispendio que realizó su candidata, por tener una propaganda superior a la del PRI y el PAN juntas.

4.1 LA DIRECCION DE LA CAMPAÑA

En este apartado se verán esencialmente tres puntos: el cuadro de dirección de la campaña, el departamento financiero y la estrategia. Cada uno de éstos temas dará cuenta de las personas que integraron y que hicieron posible la realización de la campaña y la forma en que lo hicieron. De entrada, expreso que los directores de la campaña fueron dirigentes, militantes, y simpatizantes del PT, lo cual, claro está, implicó menos gastos de operación de campaña.

La dirección de la campaña presidencial fue formada, principalmente, por Marcos Cruz y Oscar González Yáñez, ambos designados por la Comisión Nacional de su partido. En sí, la persona que estuvo al frente de la dirección fue el dirigente Marcos Cruz,* él fue el jefe de la campaña y el estratega. Oscar González fue el coordinador.

El cuadro de finanzas fue encabezado por José Luis López y otros miembros del partido; se encargaron de realizar, distribuir y contabilizar los gastos. Es necesario manifestar que los ingresos fueron centralizados para efectos de gastos de propaganda (en el último apartado del capítulo detallamos más este punto).

La estructura de campaña fue mínima; contó con un grupo de asesores de alto nivel, los cuales se reunían con ella una vez a la semana y discutían sobre diversos temas (hoy están integrados en la fracción parlamentaria del partido); trabajaban en una casa de campaña ubicada junto al entonces Hotel de México, donde se instaló toda la burocracia de la campaña electoral.

La comitiva de Cecilia Soto fue integrada, básicamente, por su secretaria particular y Oscar González Yáñez. A la candidata la acompañaban tres guardaespaldas proporcionados, a raíz del crimen del candidato priísta, por el

* Marcos Cruz es miembro de la Comisión Política del PT; Gobernador de la capital duranguense y posee una amplia trayectoria política y social. Anteriormente fungía como diputado estatal.

Estado Mayor Presidencial y, uno más del partido; contó con dos choferes personales.

Es importante señalar que la existencia de una estrategia de campaña, contribuyó en enorme medida a lograr el éxito en las elecciones federales del 21 de agosto. La estrategia planeó el desarrollo de la campaña y, por tal, determinó y definió los criterios centrales por los que debía caminar; esto no es otra cosa mas que organización. Sin la estrategia no hubieran logrado el éxito electoral.

La estrategia fue discutida en las Comisiones Políticas del partido; consistió en lo siguiente: tomar en cuenta los temas más relevantes de ese momento; primero se desarrollaron los temas de primer orden; en segundo término colocaron los de menor importancia; la proyección de imagen de Cecilia Soto fue considerada como una opción innovadora, que iba a conseguir más votos con una adecuada presentación; usaron las contradicciones de los otros partidos para fortalecer el discurso presidencial; construyeron una estructura electoral; planearon una política de medios de comunicación; y, centraron esfuerzos en las regiones con mayores posibilidades de triunfo, sobre todo en el norte del país y en el D.F.

La propaganda política impresa en folletos fue sencilla, sólo se detallaron las propuestas del PT:

- Por una modernización popular con democracia, trabajo y bienestar para todos.
- Por un nuevo tipo de desarrollo económico respetuoso del medio ambiente y la salud del pueblo.
- Porque la mujer deje de ser ciudadana y trabajadora de segunda.
- Contra la corrupción.
- Por mayor seguridad pública.
- Por los derechos humanos.

También fue directa: "**¡súmate a lo nuevo!**"; "**Cecilia Soto, candidata del PT a la Presidencia de la República**"; y eficaz visualmente porque la fotografía de Cecilia Soto fue presentada con una actitud fresca y carismática.

En realidad la estrategia fue buena, sólo basta revisar el inicio, el pleno desarrollo o la culminación de la campaña. En cualquier etapa podemos constatar que fue brillante y nunca desapercibida; recordemos que desde los primeros meses de proselitismo, al PT y con él a Cecilia Soto, se le colocó en el cuarto lugar de preferencia electoral. Al respecto comenta uno de los principales directivos de la campaña: "Nuestra estrategia de campaña fue muy buena, diseñada principalmente por Marcos Cruz. Empleamos lo que se llama "gran impacto", nunca colocamos propaganda en cada lugar con estrategia evolutiva. De una noche a otra copamos las avenidas más importantes y transitadas de las ciudades; de un día a otro llenamos las calles de PT y, es entonces, cuando la gente suponía que disponíamos de muchos recursos, cuando lo único que hacíamos era hacer más rentables los recursos que poseíamos. Pensamos que mientras más gente viera la propaganda sería mejor".³

El partido señaló que en la campaña uso el impacto psicológico: "entre más propaganda del PT observara la población, lo vería más importante, más fuerte y más grande. Empapelar las colonias resultó un gasto muy bajo con excelentes resultados; los militantes del partido formaban brigadas (sin cobrar por su trabajo, esa era su aportación) para realizar esa labor y, el resultado es que mucha gente veía la propaganda del PT".⁴

Se puede resumir que la estrategia de campaña giró sobre dos ejes: sobre la estructura del partido y sobre los medios de comunicación o publicitarios.

³ Entrevista, Oscar González Yáñez, miembro de la Comisión Política del PT; diputado del partido, 15 de febrero de 1996.

⁴ Entrevista, Rigoberto Lorence López, miembro de Comunicación Social del PT, 13 de septiembre de 1995.

La estructura del partido fue básica ya que sus militantes realizaron trabajo propagandístico entre la gente; en las colonias. Esto no representó cargo alguno para el partido y reditúo en votos y simpatías.

Los medios de comunicación fueron el otro punto clave en la campaña; por medio de ellos el partido fue levantando la candidatura.

El slogan fue discutido en un Consejo Político del partido; existían varias opciones y de éstas la que triunfó fue: "Sumate a lo nuevo". Al partido le costó dos horas y media de discusión. Fue elegido por sencillo; por resumir lo que era el Partido del Trabajo y, por estar de acuerdo con la imagen de Cecilia Soto. ¿Cuál era esa imagen?, ésta es la pregunta guía del apartado que a continuación se presenta y que intenta hacer un análisis de la imagen de Cecilia Soto.

Cecilia Soto abrió su campaña electoral el 4 de diciembre de 1993, en la ciudad de Querétaro. Por conducto de Rigoberto Lorence el partido expresa que se inició ahí por cuestiones estratégicas, Querétaro tiene un significado especial, nos remite a pensar en la Corregidora, heroina para los mexicanos. Al iniciar en esta entidad su campaña y siendo mujer, recordaba y resaltaba, a los ciudadanos, el valioso papel que las mujeres han y pueden desempeñar en la vida política del país. A continuación advertimos el resultado de esa táctica de campaña y examinamos la imagen de Cecilia Soto González.

4.2 LA IMAGEN DEL CANDIDATO PRESIDENCIAL

En este apartado intentamos ver el éxito de la campaña presidencial de Cecilia Soto González a través de la imagen que proyectó al mundo del electorado.

En el segundo capítulo de esta tesis vimos la elección de Cecilia Soto y decíamos que la elección del candidato era importante porque, en buena medida, de él depende el éxito o el fracaso del partido en las elecciones. A estas alturas no

podemos negar este hecho, básicamente con el PT, puesto que la candidata le dio una imagen al partido. El Partido del Trabajo era desconocido en la sociedad; la señora Soto González le brindó una imagen, aunque no está por demás mencionar que el partido le dio a ella, la oportunidad de triunfar.

Entonces podemos afirmar que Cecilia Soto contribuyó en enorme proporción al triunfo final del PT. La pregunta es ¿cómo sucedió eso? hay que ubicarnos en la elección de Cecilia Soto. El PT desde el momento en que la designó rompió esquemas y, con ello inició una campaña que atraía la atención de los ciudadanos. En ese momento era una candidatura novedosa y lo novedoso siempre despierta interés y curiosidad. A eso hay que agregarle que la señora Cecilia era y es, una mujer atractiva. En si, podemos afirmar que una buena parte del éxito se debió a la explotación de su imagen. Pero, ¿qué es la imagen de un candidato? "...es una percepción que de él tenemos, donde se estructuran datos que nosotros mismos aportamos, de ahí que sea un esquema de posibles respuestas, un perfil de conductas anticipadas".⁵

Esta definición es clara y apropiada, por tal hecho nos autoriza a exponer lo subsecuente: la percepción que tuvo el conjunto de la sociedad de Cecilia Soto fue la de una mujer exitosa (por el solo hecho de estar como candidata), "joven", atractiva, inteligente y carismática, de esto se desprende que el electorado mexicano identificó respuestas en ella para sus necesidades; en una ocasión Rigoberto Lorence, miembro de Comunicación Social del PT afirmó: "querían una candidata guapa, con buena presentación y que se expresara bien; ¡pues se las dimos!". Esta es una percepción que en general el electorado tuvo de la sonoreense; y, hay que agregar que cada elector contó con otros datos que él mismo fabricó. Por ejemplo, si

⁵ Guillermina Baena Paz, Estudios Políticos No. 6, México 1994, p. 151.

un elector la contemplaba como una mujer inteligente y capaz, lo más lógico es que confiara en ella para la solución de sus problemas.

En este sentido, la cantidad de votos que obtuvo la exdiputada fue gracias imagen que proyectó. Es valioso señalar que su imagen, desde el inicio hasta el final de la campaña se presentó igual.

Siempre fue la candidata guapa e inteligente; con una actitud regia, trionfadora y con buen humor. Fue capaz de maximar las oportunidades que se le presentaban para ganarse simpatías y votos.

Asimismo en el inicio y en el intermedio de la campaña, la mentalidad de ganar la Presidencia la proyectó muy bien. Podemos decir que Cecilia Soto siempre trató de colocarse entre las primeras candidaturas: "...la candidata hace todo lo que puede para que no se hable de tres partidos políticos en la lucha por la presidencia, sino de cuatro".⁶ Pero en el último mes de campaña, en agosto, esta posición se dispersó; en ese mes declaró que la lucha se encontraba entre Diego Fernández de Cevallos y Ernesto Zedillo; ella misma se ubicaba en el tercer o cuarto lugar.⁷

El triunfo de la campaña electoral de la candidata petista, en el sentido de la imagen, puede atribuirse a varias cuestiones, pero existe una en especial que nos interesa destacar: desde el inicio de su campaña proselitista se planteó una mentalidad triunfadora la cual proyectó perfectamente bien al electorado; es decir, se detectaba el triunfo, la seguridad de ganar, no sólo un tercer o cuarto lugar, sino la misma presidencia. Ella sabía que esto último no ocurriría; sin embargo, entendía que esta proyección era infalible para allegarse votos. Es claro que de haber propagado una imagen de derrota no hubiera conseguido los votos que obtuvo. Los

⁶El Financiero, 11 de junio de 1994.

⁷El Financiero, 4 de agosto de 1994.

ciudadanos no iban a votar por un candidato con imagen y mentalidad derrotista, de fracaso.

La imagen natural de la señora Soto no requirió de muchos cambios, en general no cambió y esto, siguiendo la lógica de la publicidad política,⁸ llevó al éxito de la campaña. "Cecilia Soto, del PT, tiene una "actitud natural y fresca" frente a los medios de comunicación, no se deja ir sólo por el discurso".⁹

La exparmista supo cuidar muy bien su imagen la cual se asociaba a lo nuevo, a su slogan de campaña: "súmate a lo nuevo". Al mismo tiempo que la petista era representante de lo nuevo, representaba una oferta nueva para el grupo de electores que no simpatizaban con los tres principales partidos, PRI, PAN y PRD. Aquí es conveniente recordar que Cecilia Soto nunca propagó el socialismo de su partido; en el tercer capítulo de esta investigación vimos que ella trató de ocultar y, en varios casos, rechazó este sistema del que dijo, "no funciona". Así pues, su imagen no fue asociada con el socialismo, sistema que se había derrumbado con poca anterioridad, sino con una nueva opción.

Siempre mostró una actitud sencilla ante la población: positiva, alegre, de seguridad, y de triunfo. Su arreglo personal nunca lo descuidó; se fue haciendo costumbre ver sus encantos personales; más de dos periodistas cuando hablaban de ella mencionaban sus cualidades y sus encantos. Javier Rodríguez, periodista, la refirió como una mujer con las siguientes armas: carisma personal, largas pestañas de seda, sonrisa de mujer bonita y voz modulada de tono maternal que también sabe encenderse.¹⁰ Cecilia Soto era una buena oradora, sabía hablar correctamente con

⁸ En una entrevista a Rafael López Castro, diseñador de revistas políticas como *El Machete*, expresó que "la publicidad comercial puede alterar todo para vender un producto, pero la publicidad política debe preocuparse por dar una imagen más real, porque no vende una mercancía, sino un proyecto político encarnado en un personaje". *El Financiero*, 8 de mayo de 1994.

⁹ Idem.

¹⁰ Al respecto véase el artículo de Javier Rodríguez, en *El Financiero*, 11 de junio de 1994.

cada público y, al mismo tiempo, modular su voz. Lo que planteaba lo hacía con seguridad, y cuando respondía lo hacía sin titubeos, segura de sí misma.

En síntesis podemos concluir que la imagen que presentó y captó el electorado fue la de una mujer asociada con lo nuevo, fresca, joven, carismática, atractiva e inteligente; cualidades que no todos los candidatos presidenciales tuvieron.

Las cualidades de Cecilia Soto fueron especialmente eficaces en la campaña política del PT, pero no las únicas; a éstas se les debe sumar el factor "dinero", éste es un punto que a continuación presentamos y que también merece ser tratado.

4.3 EL FINANCIAMIENTO

En este apartado vemos la legislación electoral sobre el financiamiento a la campaña y la participación de los militantes petistas en ella. Comenzamos por establecer el marco jurídico en que se da el financiamiento a los partidos políticos.

Legislación electoral. "Según la legislación electoral vigente, el financiamiento a los partidos políticos es público y privado; el público es el que les otorga el Estado en su calidad de entidades de interés público y el privado es el proporcionado por los particulares. A su vez ambos tipos de financiamiento pueden ser directo o indirecto. El directo se refiere a las aportaciones en dinero y el indirecto a las que son en especie o servicios".¹¹

El Cofipe establece que el financiamiento de los partidos políticos tendrá las siguientes modalidades: financiamiento público; financiamiento por la militancia; financiamiento de simpatizantes; autofinanciamiento; y financiamiento por rendimientos financieros, fondos y fideicomisos (art. 49). A excepción de la primera

¹¹ Javier Santiago Castillo, El precio de las campañas electorales.

modalidad, las demás corresponden al financiamiento privado, según señala Javier Santiago.

El Partido del Trabajo, por participar por primera vez en elecciones federales tuvo "derecho a financiamiento público, en los rubros de financiamiento para actividades generales, específicas como entidades de interés público y para el desarrollo a los partidos políticos".¹² El financiamiento público que recibió el PT, para su campaña política ascendió a N\$ 2,062,306; cantidad señalada por el mismo partido.

El financiamiento público indirecto. Consiste en las exenciones fiscales, las franquicias postales y telegráficas, y el uso y la utilización de tiempos en radio y en televisión: 15 minutos mensuales, incrementándose en periodo de elecciones proporcionalmente a la fuerza electoral de cada partido, un programa conjunto una vez al mes (Cofipe, arts. 44, 45, 46, y 47). Este tipo de financiamiento fue bienvenido en el Partido del Trabajo; como prerrogativas éste transmitió 315 minutos en 21 emisiones de televisión y 2 mil 310 minutos en 154 emisiones de radio, de programas permanentes. Posteriormente se establecieron tiempos adicionales y al PT le correspondieron 9 programas de radio y 13 de televisión, en suma tuvo 45 minutos en radio y 65 en televisión.¹³

Del financiamiento privado. El financiamiento por militancia está conformado por las cuotas obligatorias ordinarias y extraordinarias de sus afiliados, por las aportaciones de sus organizaciones sociales y por las cuotas voluntarias y personales que los candidatos aporten exclusivamente para sus campañas (Cofipe, art. 49.11.a). La candidata petista no aportó dinero para la campaña electoral, al igual que la militancia, según manifiesta el departamento de contabilidad del Partido

¹² Idem.

¹³ IFE, tú elección, 1994. Memoria del Proceso Electoral Federal de 1994, pp. 214-217.

del Trabajo. Sin embargo, en el capítulo 3 constatamos lo contrario, cuando personajes del partido expresaron que los militantes sí contribuyeron con aportaciones económicas.

El financiamiento de simpatizantes está conformado por las aportaciones o donativos, en dinero o en especie, por las personas físicas o morales con residencia y nacionalidad mexicana. También podrán recibir aportaciones de personas no identificadas, siempre y cuando no exceda el 10% del financiamiento público total (Cofipe, art. 49.11.b). El PT declara que sí tuvo aportaciones de simpatizantes no identificados.

El autofinanciamiento está constituido por los ingresos que los partidos obtengan de sus actividades promocionales, tales como conferencias, espectáculos, sorteos, etc. mismas que estarán sujetas a las leyes correspondientes (Cofipe, art. 49.11.c). El departamento de contabilidad del PT, manifiesta que no realizó actividades de éste tipo, pero algunos líderes petistas señalan lo contrario, al igual que la candidata petista quien afirmó que la cantidad que el IFE les confió fue duplicada en base a donaciones, rifas y otros mecanismos de financiamiento.

El Cofipe establece que el financiamiento por rendimientos financieros está basado en la creación de fondos o fideicomisos con su patrimonio o con las aportaciones que reciban (Cofipe, art. 49.11.d).

También señala el Cofipe que los partidos políticos deberán presentar ante la comisión del IFE los informes de origen y monto de los ingresos que reciban por cualquier modalidad de financiamiento, así como su empleo y aplicación (art. 49-A).

La campaña inició oficialmente el 15 de marzo de 1994 y concluyó el 18 de agosto del mismo año.

El tope de gastos de campaña presidencial ascendió a N\$ 134,460,560.36

Al PT se le otorgó por financiamiento público la cantidad de N\$ 5'977,382.52 de la cual, manifestó haber obtenido para la campaña presidencial N\$ 2,062,306.

El Cofipe establece que quedarán comprendidos dentro de los topes de gasto los siguientes conceptos: a) gastos de propaganda: mantas, bardas, volantes, pancartas, equipos de sonido, eventos políticos realizados en lugares alquilados, propaganda utilitaria, etc.; b) gastos operativos de la campaña: sueldos y salarios del personal eventual, arrendamiento eventual de bienes inmuebles, gastos de transporte de material y personal, viáticos y otros similares; y c) gastos de propaganda en prensa, radio y televisión: anuncios y similares en cualquiera de estos medios, tendientes a obtener el voto (art. 182-A.2).

Los egresos que el PT registró y declaró haber tenido fueron los siguientes:

Gastos de propaganda.....	602,270
Gastos de operación de campaña.....	753,936
Gastos de propaganda en prensa, radio y T.V.....	706,100
TOTAL.....	2,062,306

El PT gastó menos en la impresión de propaganda; y más en operación campaña.

Militantes y gastos de campaña. Ahora pasamos a otra parte del mismo apartado; se verá un esquema general de gastos del partido proporcionado por tres miembros petistas. En primer lugar detallamos la manera en que el PT asumió los gastos de propaganda electoral; en segundo término vemos cómo gastó el dinero en gastos de operación de campaña; el tercer rublo de gastos no se tomó en cuenta en este apartado, porque no contamos con una relación económica de gastos en medios de comunicación, ni con una de aportaciones de la militancia petista.

La administración y la distribución del presupuesto de campaña tuvo lugar en las oficinas nacionales del partido. Recuérdese que la distribución del dinero para propaganda no existió; los recursos se centralizaron en el D.F., porque mandar propaganda ya elaborada, salía más barato puesto que tenía seis imprentas propias que le disminuyeron costos: "el PT hace rendir la propaganda, porque somos un partido centralizado, en el sentido que nosotros producimos los hules centralmente y nos sale más barato que mandar el dinero a los distritos; les mandamos un equivalente en propaganda, la cual cuesta menos en el D.F. que en los estados".¹⁴ La dirección partidaria acordó la centralización cuando valoró que sus efectos serían más convenientes por dos razones: primero, a mayores cantidades menores costos, es decir entre más propaganda hicieran o mandaran a hacer el costo sería más bajo, no pagó agencias de publicidad, ni tuvo intermediarios; segundo, el partido evitaría los posibles malos manejos del dinero y, al mismo tiempo, no daba cabida a discusiones y a problemas.

De la propaganda electoral. El partido manifiesta que logró que le costara muy poco ya que su militancia se ocupó, gratuitamente, de empapelar y de colgar hules. Oscar González externó: "tenemos la mística del trabajo de masas, no nos da vergüenza hacer las cosas que otros dirigentes no harían o de las que se avergonzarían; por ejemplo, en Nuevo León, en Chihuahua y en Durango, no se contrató a personal para realizar la tarea de colocar propaganda; la gente de las organizaciones sociales del partido la colocó y tapizó rápidamente los espacios".¹⁵ El poco dinero que recibió del IFE, para la campaña electoral presidencial lo hizo rendir y parece que lo multiplicó con el apoyo laboral de su militancia, y sus "posibles aportaciones económicas".

¹⁴ Entrevista, Rigoberto, Op, cit.

¹⁵ Entrevista, Miguel Bess-Oberto, Representante Suplente del PT, ante el Consejo General del IFE, 5 de septiembre de 1995.

En este sentido, hay que recordar que el PT es un partido formado por organizaciones sociales acostumbradas y dispuestas a trabajar por él; son ellas quienes contribuyeron en enorme medida al buen desempeño de la campaña electoral de Cecilia Soto González.

El lema de la campaña les costó una hora y media de discusión, en un Consejo Coordinador del partido, es decir lo elaboraron ellos mismos. El PT contó con tres panorámicos: uno en la ciudad de Monterrey y dos más en Durango, cada uno de ellos costó alrededor de 11 a 12 mil pesos mensuales.¹⁶

Es evidente que invirtieron más dinero y trabajo en los principales apoyos petistas; sabían bien donde iban a obtener más votos y donde iban a desperdiciar el dinero. Donde más invirtió fue en Monterrey, Durango, Zacatecas, Chihuahua y el Distrito Federal; aproximadamente a 10 estados no les dio nada por una razón muy sencilla: en Guanajuato, Michoacán, Hidalgo y Oaxaca, por ejemplo, no tenía ninguna posibilidad de ganar; ese dinero lo canalizaron a otros estados como Guadalajara, DF, Edo. de México, y en sí al norte, donde sí tenían posibilidades de triunfo y donde estaba lo sustancial.¹⁷

Para ilustrar mejor lo que hemos dicho mencionamos lo siguiente: el Partido del Trabajo obtuvo el 2.74 % de la votación presidencial, los votos fueron 975, 356. El porcentaje más alto lo logró en el norte del país y en el D.F.; en Durango 8.28%; en Nuevo León 5.93%; en Zacatecas 4.17%; en el Distrito Federal 4.22%; en Sonora 3.84%; en Chihuahua 3.53%; en el Edo. de México 3.25%; en Nayarit 2.81%; en Baja California Sur 2.69%; y en San Luis Potosí 2.54%. En los estados en que menos invirtió el partido fueron en los que obtuvo bajos porcentajes de votación, por ejemplo: 1.27% en Michoacán y 0.73, en Yucatán.

¹⁶ Entrevista, Oscar, Op. cit.

¹⁷ Idem.

De los gastos de operación de campaña podemos referir que el PT tuvo el financiamiento proporcionado por el IFE, pero éste no hubiera bastado para lograr los objetivos finales; el dinero que recibió se conjugó armoniosamente con el trabajo y las aportaciones de sus militantes: "hay muchas aportaciones de las organizaciones sociales por ejemplo, en Monterrey una organización (Frente Popular Tierra y Libertad) pagó un viaje redondo para la candidata, de la capital de ese estado al municipio de Doctor Arroyo; éste tuvo un costo aproximado de N\$23.000.00, esa fue su aportación a la campaña. El Frente tiene dinero porque tiene sistemas de financiamiento de una lucha que viene desde hace veinte años atrás".¹⁸

Los militantes hacían aportes a la campaña de Cecilia Soto en el sentido de que ellos solicitaban la presencia de su candidata y le pagaban los viajes, por tal motivo el partido logró ahorrar dinero, y , a la vez, dar a conocer a su candidata.

Las cámaras de comercio (Concanaco y Concamín) también solicitaron a la candidata petista y, al igual que los militantes, ellos pagaron los gastos generados, según manifestó el Sr. Rigoberto Lorence. Así pues, al partido no le costó la presencia de su candidata en diversos escenarios del país.

El equipo de asesores de la señora Soto costaron cinco mil pesos mensuales; en realidad cobraron poco porque eran personas ideológicamente cercanas al partido. Se compró un camión, una suburban y un carro. La suburban la usó Cecilia Soto, el automóvil su comitiva, y el camión fue utilizado en las giras. Los vehículos fueron comprados en la frontera y tuvieron un costo de cuatro mil pesos, fueron desechables.¹⁹ La casa de campaña donde se trabajó lo relacionado con la propaganda costó N\$13.000.00.²⁰

¹⁸ Entrevista, Rigoberto, O., cit.

¹⁹ Entrevista, Oscar, Op. cit.

²⁰ Entrevista, Rigoberto, Op. cit.

CONCLUSION

La campaña presidencial del PT fue exitosa debido a varios motivos: eligió a una candidata capaz, atractiva y carismática; después elaboró una estrategia de campaña adecuada en la que involucró a sus militantes.

La campaña electoral de Cecilia Soto González contó con una buena estrategia, en la que se planificó su desarrollo. Fue una campaña que giró sobre dos ejes fundamentales: medios de comunicación y trabajo de partido.

En la cuestión de medios, el PT, tuvo un atinado desempeño, presentó una candidata con imagen nueva, fresca y atractiva; la propaganda política fue adecuada, pues propagó las propuestas del partido de una manera simple, directa y eficaz, visualmente hablando.

Fue una campaña con trabajo de partido porque éste tuvo una base que colaboró gratuitamente en pegar y colgar propaganda; con aportaciones económicas, como pago de viajes y estancias de la candidata en diversas entidades del país; y, promovió arduamente la postulación de Cecilia Soto.

Lo que más nos explica el éxito del partido no es el dinero con el que contó, sino la existencia de una estrategia electoral, el activismo de sus organizaciones sociales y la proyección de imagen de la señora Soto en los diversos medios publicitarios.

La imagen de la sonoreense fue vital en la campaña, ya que ésta junto con las propuestas petistas captaron 975, 356 votos, equivalentes al 2.74 % de la votación. Los electores siempre asociaron a la mujer "guapa" y "carismática", Cecilia Soto, con el PT; para ellos el PT era Cecilia Soto.

Decir que el éxito que alcanzó el PT fue por Cecilia Soto, equivale a ignorar el trabajo del partido. Empero, decir que sin ella lo hubiera logrado, es soslayar ese

papel. En realidad, se puede afirmar que ambos hicieron posible el triunfo; cada uno aportó lo que tuvo.

Es importante señalar que cuando inició la campaña presidencial nadie imaginó el éxito que le esperaba al PT en los comicios federales. Un fracaso y una intrascentente campaña fue lo que hubieran pensado de un partido de reciente creación con ideario socialista, pero esto no fue así. Logró sorprender a la sociedad con una buena campaña sustentada en una estrategia y en una buena candidata. En general, se puede argumentar que la campaña presidencial del PT fue exitosa, inesperada e inédita.

Exitosa porque cumplió con su labor: captar la atención y el voto de los electores; inesperada porque nadie había imaginado que un partido de reciente creación y con pocos recursos pudiera desplegar una propaganda de tal magnitud (que incluso se llegó a equiparar con la del PRI); inédita, simplemente porque rompió los esquemas establecidos: el candidato fue una mujer, pero no cualquiera, sino una con todos los elementos y cualidades necesarias para triunfar en un escenario electoral.

La candidata, por el solo hecho de ser mujer, despertó interés en la población: nunca pasó desapercibida y consiguió una buena votación para hacer crecer al partido y darle una presencia nacional.

CONCLUSIONES

La campaña presidencial del Partido del Trabajo es un tema interesante porque en los resultados finales, el PT, un partido nuevo, consiguió el 2.74 de la votación; de aquí que sea un tema interesante.

Las fuentes de información de la Tesina son, fundamentalmente, hemerograficas y entrevistas. La poca información en libros que existe en torno del PT no ayudaba en el objetivo de la investigación. Así pues, la investigación tenía un solo apoyo: los periódicos, y algunas entrevistas hechas a la candidata presidencial petista, Cecilia Soto González. La información acerca de este partido, y sobre la campaña presidencial, es escasa. Por tal motivo, se decidió entrevistar a dirigentes del PT. Esta tarea no fue fácil. Requirió de mucho tiempo; los representantes siempre están ocupados y no tienen tiempo para dialogar. Todo esto fue retrasando la investigación de la Tesina. Empero, se lograron ocho entrevistas gracias a la coordinación con el departamento de Comunicación Social petista, Lic. Rigoberto Lorence López; y, en especial, con el Representante del PT ante el Consejo General del IFE, Prof. Vicente Estrada Vega.

Por ser un partido de reciente creación como hemos reiterado, no ha merecido, en buen grado, la atención de los investigadores. Considero que, gracias a las entrevistas y al uso que se les dio, el trabajo que se presenta es uno de los primeros que aborda el tema de manera específica; por tal virtud, ofrece aportaciones que servirán para estudios posteriores.

1.-El inicio de la tesina rescata una buena parte de la historia del partido, construida con las declaraciones de varias personalidades del PT. Sobre la historia y orígenes del PT hay algunos artículos o estudios, pero en mi opinión no tratan muy objetivamente el tema y dejan de lado detalles que aquí se tomaron en cuenta. Uno

de ellos es el carácter y las experiencias de sus organizaciones sociales, gracias a las cuales nació el PT y luego consiguió un triunfo electoral el 21 de agosto de 1994.

Hicimos un análisis del papel de las organizaciones sociales, convertidas en elemento fundamental del partido y, sobre todo, de la campaña de Cecilia Soto.

2.-El éxito que alcanzó el PT en las urnas no es solamente por Cecilia Soto, como muchos han querido plantear; es también el éxito del partido mismo. Lo interesante es que Cecilia Soto hizo al PT y éste la hizo a ella; pero sin la exparmista, es difícil imaginar que el partido hubiera logrado esa alta tasa de votación en 1994.

Podemos concluir que el éxito de la campaña presidencial fue producto de la colaboración de las organizaciones sociales del PT, del acuerdo de los líderes petistas al designar a Cecilia Soto y de las cualidades personales y políticas de ésta dirigente.

En el primer capítulo se trató el origen del partido de la estrella y podemos constatar que este data de 25 años atrás. La historia comienza cuando sus actuales líderes decidieron tomar el camino de la lucha social. En general, fueron activistas sociales, con trabajo en colonias y barrios pobres guiados con la ideología socialista y con una actitud antielectoral. Algunos empezaron en el norte del país y fueron los que tuvieron más éxito, sobre todo en Durango y Monterrey; otros se encontraban en el D.F., Morelos y Veracruz. A partir de la década de los setenta se empezaron a crear organizaciones sociales en todo el país que tenían una concepción ya no sólo socialista, sino maoísta. Establecidos los vínculos entre ellas, se empezaron a formar organizaciones más grandes, y éstas, en los años ochenta, vieron la necesidad de formar un partido para disputarle el poder al PRI. En 1990 tienen su Congreso Constitutivo y en 1991 se les otorgó el registro condicionado, que perdieron en ese mismo año. En 1993 lograron realizar 18 asambleas en todo el país y consiguieron el

registro definitivo. A partir de ese momento pensaron en crecer y lograr una buena participación en las elecciones del 21 de agosto de 1994.

La elección del candidato fue el inicio del éxito en la campaña presidencial del PT. El partido abrió su convocatoria para inscribir precandidaturas. Cecilia Soto lo hizo apoyada por tres comités estatales (de Nuevo León, Durango y Zacatecas) principales núcleos petistas. La conversión de Cecilia Soto en candidata presidencial ya era un hecho; además estaba propuesta y apoyada por gran parte de la dirección partidaria y era la única persona inscrita en el partido. Existieron otros precandidatos, incluso antes que ella, pero éstos no habían aceptado el puesto por diversas razones. Los petistas reconocieron en Cecilia Soto las aptitudes necesarias para ser su candidata presidencial: carisma, inteligencia, innovación, trayectoria y experiencia política.

En menor medida, considero que éxito de la campaña electoral de Cecilia Soto obedece a la difusión, aunque escasa, del proyecto político del partido. En la campaña se propagaron los temas de mayor interés y preocupación de la sociedad, en general, a saber: lo concerniente al ámbito social, económico y político. Sin embargo, el tema referente a la política internacional no se trató, a excepción del TLC. Esto obedeció a una cuestión de estrategia de campaña. De este modo, el conjunto de lineamientos petistas no fueron explorados por su candidata y, por el contrario, se encontraron algunas incongruencias del proyecto con los discursos de la candidata presidencial.

El Partido del Trabajo contó con una estrategia para salir adelante en los comicios federales y ello permitió el éxito final de la campaña. Esa estrategia se basó en dos líneas: la actividad intensa de la militancia petista y una buena propaganda en los medios de comunicación. La campaña se desarrolló con cantidades considerables de carteles y plásticos propagandísticos, que llevaban impresa la

imagen de la candidata presidencial. La explotación y el manejo de la imagen de Cecilia Soto fue evidente en la campaña. A eso se le adjudica un buen número de votos, ya que los electores no conocían mucho al partido, ni sus propuestas; conocían más a su candidata. El trabajo que hizo la militancia del partido fue básico y fundamental. Los militantes se encargaron de colocar la propaganda del partido sin ningún costo y promovían activamente el voto en favor de Cecilia Soto. Podemos concluir que el éxito de la campaña presidencial del PT se debe a la candidata Cecilia Soto (la explotación de su imagen) y al trabajo de los militantes petistas.

En síntesis, el PT logró una campaña presidencial exitosa por tres motivos: Primero, contó con una candidata especial, idónea para desempeñar dicho puesto; segundo, elaboró una buena estrategia, planeó el desarrollo de la campaña, y, sobre todo, explotó al máximo la imagen de Cecilia Soto; y, en tercer lugar, fue apoyado con una amplia participación de la militancia petista.



BIBLIOGRAFIA

- Alcocer, Jorge y Rodrigo Morales. La organización de las elecciones: problemas y proyectos de solución, Mexico, MIGUEL ANGEL PORRUA, 1994.
- Centro Interamericano de asesoría y promoción electoral; Diccionario Electoral CAPEL, Costa Rica, 1989.
- González Graf, Jaime. Las elecciones de 1988 y la crisis del sistema político, México, 1989.
- Pérez Fernández, Germán. La voz de los votos: un análisis crítico de las elecciones de 1994. México: MIGUEL ANGEL PORRUA, 1995.
- Santiago Castillo, Javier. El Precio de las Campañas Electorales, México D.F., 1996.
- K. Young. La Opinión Pública y la Propaganda, 4 ed. México: PAIDOS, 1993.

HEMEROGRAFIA

El Financiero, 6 de noviembre de 1993.
El Financiero, 7 de noviembre de 1993.
El Financiero, 10 de noviembre de 1993.
La Jornada, 15 de noviembre de 1993.
Unomásuno, 27 de noviembre de 1993.
El Financiero, 8 de diciembre de 1993.
Unomásuno, 23 de diciembre de 1993.
El Nacional, 2 de marzo de 1994.
El Financiero, 11 de abril de 1994.
El Financiero, 20 de abril, 1994.
El Financiero, 24 de abril de 1994.
El Financiero, 8 de mayo de 1994.
El Financiero, 18 de mayo de 1994.
El Financiero, 5 de junio de 1994.
El Financiero, 10 de junio de 1994.
El Financiero, 11 de junio de 1994.
El Financiero, 13 de junio de 1994.

Enfoque, Suplemento de Cultura Política del Reforma, 10 de julio de 1994.
Epoca, el semanario de México, México D.F., 7 de marzo de 1994.
Estudios Políticos, México: Cuarta Epoca, Núm 6 Enero-Marzo, 1995.

DOCUMENTOS

- IFE. **Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (Cofipe)**, México, 1994.
- IFE. **1994, tú elección, Memoria del Proceso Electoral Federal de 1994**, México, 1995, 429 p.
- PT, **Congreso Constitutivo del PT**, México, 7 de Diciembre de 1990. 26 p.
- PT, **Declaración de Principios y Programa de Acción del PT**, México, enero de 1994. 15 p.
- PT, **Estatutos del PT**, México, enero de 1994. 21 p.
- PT, **Plataforma Electoral del PT**, México, Febrero de 1994. 53 p.
- PT, **Programa de Gobierno del PT**, México, Febrero de 1994. 36 p.
- PT, **Revueltas**, órgano teórico del Partido del Trabajo: núm. 2 y 3, México D.F., Nov 93/ Abril 94.

ENTREVISTAS:

- Acosta Zavala Gerardo**, Comisionado Político del PT en Tamaulipas, 16 de diciembre de 1995.
- Bess-Oberto Miguel**, Representante Suplente del PT, ante el Consejo General del IFE, 5 de septiembre de 1995.
- Estrada Vega Vicente**, Representante Propietario del PT ante el Consejo General del IFE, 5 de septiembre de 1995.
- González Gómez Francisco**, Representante Propietario del PT ante la Asamblea de Representantes del D.F., 4 de enero de 1996.
- González Yáñez Alejandro**, Miembro de la Comisión Política Nacional del PT, 16 de diciembre de 1995.
- González Yáñez Oscar**, Diputado por el PT, 15 de Febrero de 1996.
- Lorence López Rigoberto**, Miembro de Comunicación Social del PT, 13 de Septiembre de 1995.
- Primitivo Ríos Alfonso**, Coordinador de la Fracción Parlamentaria del PT en la H. Cámara de Diputados, 14 de Febrero de 1996.



INDICE

INTRODUCCION	
LAS ELECCIONES FEDERALES, 1994	3
CAPITULO I	
EL PT, UN PARTIDO PARA LAS ELECCIONES	8
CAPITULO II	
LA SELECCION DEL CANDIDATO	31
CAPITULO III	
EL PROGRAMA PRESIDENCIAL, 1994-2000	45
CAPITULO IV	
LA CAMPAÑA Y SUS RECURSOS	64
CONCLUSIONES	83
BIBLIOGRAFIA	88